Université Michel de Montaigne Bordeaux

École Doctorale Montaigne Humanités (ED 480)

THÈSE DE DOCTORAT EN GEOGRAPHIE HUMAINE

ETHNICISATION DU COMMERCE A NDJAMENA



Présentée et soutenue publiquement le 23 septembre 2013 par

Ezept Valmo KIMITENE

Sous la direction de Denis Retaillé

Membres du jury :

Christian BOUQUET, professeur, université de Bordeaux3.

Emmanuel GREGOIRE, chercheur à l'IRD, Paris.

Géraud MAGRIN, chercheur au Cirad, Montpellier.

Abel KOUVOUAMA, professeur, université de Pau.

Denis RETAILLE, professeur, université de Bordeaux3.

A la mémoire de ma grand-mère, Sétouma Bangta !

Remerciements

Je voudrais du fond de mon cœur adresser mes remerciements à tous et, tout particulièrement à mon directeur, monsieur Denis Retaillé qui m'a fait confiance en acceptant de diriger cette thèse. Tout au long ce parcours, ses conseils m'ont été très précieux.

Aussi, que ces remerciements aillent à l'endroit de :

- ma famille et mes parents.
- Mr. Balaam Facho pour le soutien moral.
- Mr. Pierre Valentin pour ses encouragements,
- Mme Régine Marre pour son soutien moral,
- Mme Odette Louiset, Directrice du Laboratoire AILLEURS.
- Mr. Man-na Djangrang pour son soutien technique.
- mes compatriotes de France [Mme Aimée Mankoyo, famille Focksia, Famille Nodjirim…],
- doctorants(es) d'ADESS et d'AILLEURS,
- acteurs du commerce sans lesquels mes enquêtes n'auraient pas été possibles au Tchad,
- Mrs. Géraud Magrin et Claude Arditi pour m'avoir fourni la documentation sur le Tchad,
- autorités de mon ministère pour m'avoir autorisé à poursuivre les études en France,
- collègues du ministère et amis.

Et enfin, que toutes celles et tous ceux dont les noms ne sont pas cités ici puissent trouver toutes ici la preuve de ma reconnaissance, eux qui m'ont apporté leur soutien moral, matériel et financier dans mes études et dans la réalisation de cette thèse de doctorat.

Sigles et abréviations usuels

ADESS : Aménagement, Développement, Environnement, Santé et Société.

AEF : Afrique Equatoriale Française.

ANS: Agence Nationale de Sécurité

AOC: Afrique de l'Ouest et du Centre.

APE : Association des Parents d'Elèves.

BAST : Banque Agricole du Soudan au Tchad.

BCA : Bons de commandes administratifs.

BCC: Banque Commerciale du Chari.

BCR : Bureau central de recensement.

BEAC: Banque des Etats de l'Afrique centrale.

BET : Borkou – Ennedi - Tibesti.

BGT : Brasserie générale du Tchad.

BIAT : Banque Internationale pour l'Afrique au Tchad.

BM: Banque Mondiale.

BSIC: Banque Sahélo-Saharienne d'Investissement et du Commerce.

BTP : Bâtiment et Travaux Publics.

BTSGT: Tchadienne de Société Générale Tchadienne.

CBT : Commercial Bank Tchad.

CCFAN : Conseil de commandement des forces armées du nord.

CEBEVIRHA : communauté économique du bétail, de la viande et des ressources halieutiques.

CFA : Communauté Française d'Afrique.

CFA: Communauté Franco-africaine.

CFDT: Compagnie Française du Développement de textiles.

CIRAD: Centre International de recherché appliqué au Développement.

CNAR: Centre national de recherche.

CNUCED: Commission des Nations Unies pour le commerce et développement.

CODOS: Commandos [groupes armés dans les années 1980 au sud du Tchad]

COTONFRANC: Compagnie française de coton.

COTONTCHAD: Société cotonnière du Tchad.

CSPC: Caisse de stabilisation des prix de coton.

DAAFM : Directeur des Affaires Administratives, Financières et du Matériel.

DDS: Direction de documentation et de sécurité

FAN : Forces armées du nord

FAO : Fonds des nations unies pour l'alimentation.

FMI : Fond Monétaire International.

FROLINAT: Front de libération nationale du Tchad.

INSEED : Institut National de la Statistique, des Etudes Economiques et Démographiques.

IRD : Institut de Recherche pour le Développement.

MPS: Mouvement patriotique du salut.

NSCKN : Nouvelle Société Commerciale du Kouilou-Niari.

ONAPE: Office national pour l'emploi.

ONC : l'Office national des céréales.

ONDR: Office national pour le développement rural.

ONG: Organisations non gouvernementales.

ORSTOM : Office de la Recherche Scientifique et Technique d'Outre-Mer.

PAS: Programme d'Ajustement Structurel.

PIB: Produit Intérieur brut.

PNB : Produit national brut.

PNUD: Programme de Nations Unie pour le Développement.

PPT : Parti progressiste tchadien.

PUB : Presse universitaire de Bordeaux.

PUF : Presse universitaire de France

PURH: Publications de l'université de Rouen et de Havre.

RCA : République Centrafrique.

RGPH: Recensement général de la population et de l'habitat.

SCOA : Société commerciale Ouest-africain.

SGTB : Société Générale Tchadienne des Banques.

SOMAFA : Société de manufacture et de fabrication alimentaire.

SONACOT : Société nationale de commercialisation au Tchad.

SONAPA: Société nationale de la production animale.

SOTERA: Société Tchadienne d'Exploitation des Ressources Animales.

SP : Sécurité présidentielle [la milice d'Hissène Habré].

Résumé

Sujet d'actualité, le phénomène de l'ethnicisation est devenu un fait urbain contemporain dans les métropoles du monde. Dans le contexte actuel du Tchad, les conflits ethniques et sociaux semblent investir les champs économiques par une ethnicisation du commerce, la spécialisation de certaines branches. La ville de N'Djamena, avec son espace marchand varié et coloré, fournit un exemple d'étude singulier. L'étude du commerce ethnique - dans l'espace marchand tchadien à travers la ville de N'Djamena - traite d'une part les branches des commerces spécialisées par les groupes ethniques, en majorité nordistes et musulmans, d'autre part les divers circuits et réseaux marchands sur lesquels s'appuient ces groupes.

La géographie humaine, comme discipline et méthode, pointe à travers cette étude une double approche théorique : celle qui interroge les modalités de formation, du maintien et de l'extension des réseaux sociaux et marchands par la pratique du commerce ethnique, et celle qui analyse ces modalités comme moyen de reproduction sociale et identitaire des commerçants. A l'instar des autres villes tchadiennes, N'Djamena est devenu, au fil de temps, le théâtre de ces conflits d'intérêts ethno-régionalistes, instrumentalisés par le contexte de la "géopolitique tchadienne"[recherche d'équilibre entre le nord musulman et le sud chrétien]. Ainsi, au prisme d'analyses nécessairement pluridisciplinaires autour d'une approche géographique qui privilégie l'organisation spatiale, l'ethnicisation du commerce apparait comme un processus de mutation socio-économique par lequel se consolide l'économie ethnique et la spécialisation des quartiers [des régions] de la ville.

Mots clés : Géographie, Espace marchand, Commerce, Ethnies, Marchés, N'Djamena, Tchad.

Abstract

As a contemporary topic, the phenomenon of racialization has become a contemporary urban phenomenon in the world's metropolises. In the current context of Chad, ethnic and social conflicts seem to invest economic fields along ethnic trade, specialization in certain industries. The city of N'Djamena, with its varied and colorful merchant space, provides an example of singular study. The study of ethnic business - in the merchant Chad area around the city of N'Djamena - addresses a hand branches of specialized shops by ethnic groups, mostly northerners and Muslims, on the other hand the various merchants trails and networks that support these groups.

Human geography as a discipline and method, leading through this study a double theoretical approach which questions the methods of training, maintenance and expansion of social and merchants through the practice of ethnic business networks, and the analysis that these terms as a means of social reproduction and identity of the traders. Like other cities of Chad, N'Djamena has become, over time, the theater of ethno-regionalist conflicts or interest, manipulated by the context of the "geopolitical Chad" [search for balance between the north Muslims and south Christians]. Thus, through the prism of necessarily multidisciplinary analyzes around a geographic approach that emphasizes the spatial organization, the ethnicization of trade appears as a process of socio-economic transformation through which consolidates the ethnic economy and specialization areas [regions] of the city.

Keywords: Geography, merchant Space, Commerce, Ethnic, Markets, N'Djamena, Chad.

Sommaire

Introduction Générale p.9

Première partie : Cadre de la recherche p.18

Chapitre 1 : Cadre théorique et méthodologique p.18

Chapitre 2 : Le Tchad p.47

Chapitre 3: N'Djamena p.81

Deuxième partie : commerce ethnique et réseaux marchands p.113

Chapitre 4: Généralités sur le commerce ethnique au Tchad p.115

Chapitre 5: Les cas typiques du commerce ethnique informel p.140

Chapitre 6 : Les cas typiques du commerce ethnique formel p.182

Conclusion générale p.246

Bibliographie p.258

Glossaire p.279

Table des cartes p.282

Table des encadrés p.283

Table des figures p.284

Table des photos p.285

Table des tableaux p.286

Table des annexes p.288

Annexes p.289

Table des matières p.311

Introduction générale

Au cours des deux dernières décennies, les guerres successives au Tchad ont entraîné, dans la capitale, des poussées identitaires que les autorités semblent négliger. La ville de N'Djamena offre pourtant un laboratoire d'observation et donc d'étude de ce phénomène d'ethnicisation qui subvertit la nature même de la ville où les identités se durcissent plutôt que de muter par la proximité et l'échange constant. D'origine paysanne par l'attachement à la terre, à une terre, l'appartenance ethnique d'une activité a gagné presque tous les grands secteurs du pays: le choix des quartiers d'habitation en ville, l'administration, l'enseignement, l'armée, le commerce sont concernés. Et, c'est dans le secteur commercial que le phénomène est le plus accentué et constitue de ce fait un champ d'investigation pluridisciplinaire intéressant. D'où notre présente étude portant sur l'"ethnicisation du commerce à N'Djamena".

Par l'étude de l'ethnicisation du commerce dans la ville de N'Djamena, il s'agit d'appréhender le phénomène à la lumière des discours, représentations et de la vie quotidienne des populations de N'Djamena au Tchad. Le travail engagé est parti des chroniques de presse et d'un constat personnel au cours de ces deux dernières décennies: dans les divers espaces marchands tchadiens, on observe que certaines branches du commerce sont tenues majoritairement par des groupes ethnogéographiques[1] et cette ethnicité varie d'une activité à une autre.

Notre implication personnelle pour étudier le phénomène d'ethnicisation du commerce à N'Djamena au Tchad procède d'une double justification : celle d'un chercheur qui veut connaitre, comprendre pour pouvoir expliquer ; celle d'un cadre tchadien soucieux de l'avenir de son pays. Ces phrases résument ici notre réel engagement dans cette recherche bien que l'objectif premier soit celui de l'obtention d'un diplôme de fin d'études [thèse de doctorat].

La ville de N'Djamena a été choisie comme lieu d'étude du fait des dynamiques socio-spatiales encours ces dernières années, qui se sont accentuées avec la poussée démographique marquée essentiellement par la concentration des populations tchadiennes

[1]. RETAILLE, D. [1995]. *Ethnogéographie, naturalisation des formes socio-saptiales*, in CLAVAL, P. et SINGARAVELOU, P. *Ethnogéographies*, Paris, L'Harmattan, pp.17-38.

et étrangères [africaines notamment]. L'étude du phénomène à N'Djamena est focalisée par un ensemble vaste où se tiennent les activités spécialisées en l'occurrence les quincailleries, les épiceries de quartiers, les bars. Ainsi, dans une perspective méthodologique, le sujet propose d'analyser le commerce ethnique ainsi que les canaux qui conduisent à ce type de commerce. Il s'agit d'élucider ce phénomène en partant de trois activités spécialisées par trois groupes ethnogéographiques que sont les Kréda(Goranes), Ouaddaïens, les Sara et les Banana. Les groupes ethniques étudiés sont respectivement originaires du Barh-El Gazal pour les Kréda, du Ouaddaï pour les Ouaddaïens, les Sara et Banana venant du sud du Tchad. Ces groupes sont choisis du fait de leur position dominante constante dans leur branche d'activité.

Le Tchad est un pays de l'Afrique centrale situé entre les 7e et 24e degrés de latitude Nord, et les 13e et 24e degrés de longitude Est. Ses voisins sont le Cameroun et la République Centrafricaine au sud, la Libye au nord, le Nigeria et le Niger à l'ouest et le Soudan à l'est. Il s'étend sur 1 700 km du nord au sud et 1 000 km d'est en ouest. Cette position fait du pays le type idéal des états soudano-sahélo-sahariens, construits sur un modèle répété de l'Atlantique au Darfour et principalement organisés le long de routes qui se croisent à la charnière sahélienne (Retaillé, 1989). Les routes donc le commerce appartiennent aux lointains héritages géographiques de ce qui est aujourd'hui le Tchad.

Mais le Tchad est aussi le 5e pays d'Afrique par son étendue avec une superficie totale de 1.284.000 km² dont 1.259.200 km² de terres et 24.800 km² d'eaux. Malgré cette étendue et les ressources qui vont avec, malgré les héritages de l'échange, le Tchad est considéré comme un des pays pauvres du monde [171e sur 176] avec un revenu annuel par habitant de 350 $ US en 2006[hors pétrole] selon le classement du PNUD. L'économie de ce pays est dominée par l'agriculture et l'élevage. Dans le secteur agricole vient en tête le coton, hérité de la colonisation, qui représente à lui seul près de 30 % du PIB national. Depuis juillet 2003 et l'exploitation des réserves pétrolières du bassin de Doba, le Tchad devrait tirer au total 2 milliards de dollars de bénéfices [avec plus de 225.000 barils/jour]. Cette nouvelle manne a transformé les enjeux tchadiens ou les a accentués: Nord-Sud ; Sud Nord [G. Magrin, 2001].

C'est que l'histoire politique de cet espace est très mouvementée et caractérisée par des conflits fratricides incessants. En effet, les différents récits historiques ont permis de reconstituer les traces de plusieurs entités politiques anciennes [grands ou petits royaumes]. Ces états ont souvent coexisté, entretenant des rapports complexes de rivalité,

de domination et parfois d'alliance. A peine sorti de la colonisation française en 1960, le Tchad plonge, dès les premières années, dans le balbutiement de querelles internes qui ont fragmenté le « même peuple » sur des bases idéologiques et culturelles : les sudistes chrétiens et animistes au pouvoir contre les nordistes musulmans qui se sentaient marginalisés. Les conflits politiques de 1965, 1969, 1975 et 1979 relèvent de cette crispation binaire. Deux périodes politiques et deux visions idéologiques vont donc cliver et politiser les populations de ce pays et marquer, à jamais, les générations suivantes: 1960 - 1979 : la fierté sudiste et 1979 - à nos jours : la ferveur nordiste. Le développement du Tchad est retardé à cause des effets conjugués de la guerre, de la sécheresse et de la famine. L'opposition entre le nord musulman et le sud chrétien menace et menacera toujours la mise en place d'une nation stable.

En 2009, la population du Tchad compte plus de 11 millions d'habitants [Inseed, 2009]. Cette population[2] est très hétérogène avec environ 200 ethnies dont les principaux groupes sont les Sara, Arabes, Banana, Kanembou, Hadjaray, Ouaddaïens... On y compte 78,6 % des ruraux et 21,4 % d'urbains avec un taux d'alphabétisation de 40 % chez les hommes et de 10 % chez les femmes.

N'Djamena est située au confluent des fleuves Chari et Logone en face de Kousseri [au Cameroun], avec laquelle elle est reliée par un pont. La ville, est la capitale et la plus grande ville du Tchad avec 993 492 habitants et, à ce titre elle est surtout au confluent de tous les peuplements qui s'y retrouvent. Elle est régie par un statut particulier et divisée en dix unités administratives dénommées arrondissements municipaux chaque arrondissement comprenant plusieurs quartiers [N'Djamena compte 64 quartiers]. De par ce statut de capitale administrative et politique et par les flux migratoires des populations nationales et étrangères, N'Djamena est devenue la ville la plus cosmopolite du pays [on y trouve toutes les identités ethniques et régionales]. Les principales ethnies qui dominent le paysage humain n'djamenois sont les Sara, Arabes, Ouaddaïens, Hadjaray, Goranes, Boulala, Kouka, Marba, Bornou, Kanouri, Kanembou, Massa, Toupouri, Moundang, Peuls, Haoussa, Baguirmi, Kotoko, Kim… Ajoutée à la polarisation des régions du Tchad, le voisinage avec le Cameroun dont elle est séparée par un fleuve, renforce la fonction commerciale de la ville capitale dont les principales activités, en dehors de ses dix

[2] CHAPELLE, J. [1981]. *Le peuple tchadien, ses racines et sa vie quotidienne*, Paris, L'Harmattan.

marchés, se développent le long des avenues, boulevards et rues. Les principales voies marchandes sont l'avenue Charles De Gaule, l'avenue Mobutu, la Rue de 40, l'avenue El Nimery, la Route de Farcha, l'avenue Taiwan, la voie de Contournement, l'avenue Bokassa, etc.

Pour aborder l'ethnicisation du commerce à N'Djamena, notre recherche passe par le dispositif spatial et social assez courant en Afrique[3], et en Afrique sahélienne plus particulièrement : la domination ou l'appropriation des espaces marchands et des branches d'activités par certains groupes ethniques spécialisés. Or l'ethnicisation parait comme un processus et peut, ainsi, prendre deux sens différents : soit celle de la captation de secteurs d'activités commerciales par des groupes "ethniques" aux frontières admises sinon réelles ; soit celle de la fabrication de limites ethniques par la participation à une activité spécialisée suivant un réseau.

Les études effectuées en Afrique et portant sur les espaces marchands ont permis de montrer comment certains groupes ethniques contrôlent et monopolisent le commerce créant ainsi des vastes réseaux puissants. A ce niveau, il convient de citer deux ouvrages qui ont tracé la voie à notre présente étude sur le commerce ethnique à N'Djamena. Il s'agit en l'occurrence de :

" Négociant de la savane ", l'ouvrage[4] de Jean-Loup Amselle sur les *Kooroko* au Mali. L'ouvrage montre comment les *Kooroko* qui, par leur histoire, sont liés à la caste de forgerons, ont édifié une vaste infrastructure marchande en contrôlant tout particulièrement le commerce de la kola au Mali. Autrement dit, les réalités - le commerce de la kola pratiqué par la communauté Kooroko - que décrit Amselle dans sa thèse, comparées aux cas typiquement tchadiens, montrent que le commerce ethnique présente en évidence une double fonction : celle de la reproduction sociale, économique et politique marquée par une affirmation identitaire des groupes ethniques à savoir les Kréda[quincailleries], les Ouaddaïens[épiceries ouaddaïennes de quartiers] et les Sara-Banana[bars], d'une part ; celle qui met les autres groupes dans une position subordonnée, marginale dans l'espace marchand, d'autre part.

[3] LE BRIS, E. [1994]. *La ville africaine en proie à l'anthropologie*, in OSTROWETSKY, S. [dir]. *Sociologie en ville*, Paris, Harmattan, pp. 105-109.

[4] AMSELLE, J.-L. [1977]. *Négociant de la savane*, Thèse, Anthropos.

Le deuxième ouvrage, *Histoire d'un groupe de riches marchands sahéliens : les Alhazaï de Maradi au Niger*, est l'étude d'Emmanuel Grégoire[5]portant sur les *Alhazaï*, une déformation locale de l'arabe, *al hadji]*, groupe des riches marchands de Maradi au Niger, tout autant exemplaire. Cette œuvre conforte l'idée que les marchés en Afrique sont des espaces qui révèlent des frontières ethniquement marquées. Comme l'auteur tient à le souligner, dans les toutes grandes villes en Afrique on assiste de plus en plus à la formation de nouveaux groupes sociaux et à l'émergence de nouvelles formes d'organisation des rapports sociaux et économiques [Grégoire, 1986].

L'étude du commerce ethnique à N'Djamena - espaces marchands aux frontières commerciales ethniquement marquées – s'inscrit dans ce champ de recherche et met sur le devant de la scène politique et médiatique une problématique évidemment anthropologique et géographique [Amselle, 2011]. Car l'espace marchand de N'Djamena comme lieu de rencontre, d'échange de marchandises ou produits, assure la mise en scène de la société tchadienne à travers l'opposition des divers individus ou groupes d'individus. Si les différentes formes de captation de secteurs d'activités commerciales par des groupes ethniques laissent deviner les frontières entre les ethnies, la participation à une activité spécialisée à travers un réseau n'en demeure pas moins. Car, au cours des dernières décennies, les luttes d'influence, politiques et idéologiques, marquent les différents espaces marchands qui en sont des vecteurs éprouvés, selon un dispositif spatial très différent des oppositions entre régions ethniques comme on le souligne le plus souvent. Les réseaux marchands sont alors porteurs d'une contradiction : ils associent les régions du Tchad dans la complémentarité et assurent le dépassement des frontières ; ils contribuent, à l'inverse, au processus d'ethnicisation qui nuit à la mise en place d'une politique économique stable et donc un Etat-Nation apaisé et débarrassé des clivages ethno-régionalistes.

On s'aperçoit donc que l'accès aux différents espaces marchands ethnicisés de N'Djamena est devenu problématique pour les autres groupes ethniques. D'où une inquiétude grandissante au sein des populations tchadiennes qui perçoivent le phénomène comme une

[5] GREGOIRE, E. [1986]. *Les alhazaï de Maradi : histoire d'un groupe de riches marchands sahéliens*, ORSTOM.

sorte de "colonisation commerciale" dont "le colon et le colonisé" sont de la même patrie [entendue tchadienne].

Le commerce ethnique, du moins, la spécialisation et la monopolisation du commerce par certains groupes à N'Djamena, tant décriées dans la presse et par la société civile tchadienne, n'est pas un phénomène nouveau. Mais aujourd'hui, il a pris des formes différentes passant de la simple spécialisation aux situations de monopole. A ces jours, aucune étude sérieuse, [dirais-je scientifique !], n'a été menée sur la question. Cette question devrait mériter pourtant, une attention particulière des pouvoirs publics, ainsi que des intellectuels. La problématique générale pointe plusieurs questions : comment certains commerces se sont-ils configurés ethniquement et de façon aussi rapide à N'Djamena ? Derrière les objectifs économiques, que cache la spécialisation commerciale par groupes ethniques ? En quoi l'ethnicisation du commerce au Tchad et à N'Djamena est-elle source de conflit interethnique mais aussi un lien entre N'Djamena et les régions du pays ? Le présent travail tente d'apporter des réponses à tous ces questionnements encore restés au seuil des stéréotypes populaires.

En effet, par la tentative d'élucidation, l'étude approfondie du phénomène de l'ethnicisation du commerce à N'Djamena devait conduire à admettre l'idée principale que la montée du communautarisme à N'Djamena glisserait de facto les groupes ethniques dans un schéma de cristallisation sur fond identitaire. Ce schéma dicterait les comportements politiques et économiques de ces groupes sociaux. Et de fait, il faudrait comprendre que les activités commerciales donnent une lecture sur les frontières et les barrières entre les groupes ethniques dont la situation tchadienne dévoile la dimension proprement politique, c'est-à-dire celle des pouvoirs publics qui appuient injustement certains de ces réseaux marchands. Il est clair que le phénomène de communautarisme marqué par les clivages ethniques, eux-mêmes entretenus par les idéologies politiques et religieuses [6] [nord-sud; musulmans-chrétiens] serait à la base du phénomène d'ethnicisation des activités commerciales à N'Djamena.

[6] TANGAR, A. [1993]. *Au-delà des contradictions intra-sociales, la cohabitation inter-ethnique est-elle encore possible au Tchad*, N'Djamena, ATDDJT. On peut trouver à ce sujet l'article de GOUAL, N. [1996]. *Ethnies et politique*, Tchad et Culture, n° 155, N'Djamena, décembre, pp 2-3.

Cette thèse est le résultant de cinq années de travail en France et au Tchad : le travail de documentation et de terrain a été mené sous la forme de missions de terrain organisées en plusieurs phases avec des séjours plus ou moins longs au Tchad. Nous avons débuté ces travaux en décembre 2008 et terminé en septembre 2011. Il est donc à noter que chaque phase de mission et séjour au Tchad correspond aux années de travail ayant des objectifs bien précis. Il y a eu au total trois années de travail sur le terrain qu'il convient de mentionner : la première phase que nous avions débutée de décembre 2008 à septembre 2009 était consacrée essentiellement à la recherche documentaire et à l'identification des activités spécialisées et des groupes ethniques qui les pratiquent. La deuxième phase qui commence de février 2010 à septembre 2010 combine l'enquête proprement dite [interviews et sondages des populations échantillonnées], l'observation participante et la recherche documentaire. La dernière phase démarrée en février 2011 prit fin en septembre 2011. Elle consistait essentiellement au travail de vérification, post-enquête, des informations collectées sur le terrain. L'enquête de terrain a nécessité la mise en œuvre de trois outils indispensables que sont la grille d'observation, le guide d'entretien et le questionnaire. Ainsi cette préférence donnée à l'enquête qualitative m'a conduit à privilégier les interviews biographiques à l'aide des techniques participantes.

Pour parvenir à un tel objectif de terrain, il me semblait évident de bien travailler l'échantillon par le choix de la sélection ciblée afin de gagner du temps. Nous avions en effet tâché d'identifier la technique sélective, inventée et expérimentée lors de notre première mission de terrain dans le groupe cible des individus pourvus d'informations et censés les partager. Ainsi, l'échantillon choisi [320 entretiens] concerne les catégories des personnes répondant aux thématiques développées dans ce travail. C'est pourquoi, nous avions extrait cet échantillon d'enquêtés selon leurs rôle et place dans les étudiés. Le traitement des informations qui ont conduit à la rédaction de ce travail a été possible par la mise en œuvre de deux techniques : traitement de données informatisées à l'aide des logiciels [Statlab, Tanagra…] et l'analyse de contenu [analyse croisée du discours].

Le travail devrait, à travers la méthode, amener à parcourir tout le pays pour fouiller dans le détail les pratiques quotidiennes tchadiennes afin de rendre compte de ce phénomène d'ethnicisation. C'est d'abord remonter dans l'histoire du Tchad et en particulier de la ville de N'Djamena. Aller puiser dans l'histoire du pays, c'est évidemment y chercher les

facteurs qui sous-tendent les pratiques ancestrales des diverses ethnies du Tchad. Période par période, c'est remonter les filières et les réseaux commerciaux qui ont pu exister depuis le commerce saharien [commerce caravanier] jusqu'au commerce moderne [européen et arabo-musulman et maintenant avec la Chine]. Sur ce versant, il s'agit de faire place au commerce extérieur tchadien, mais surtout de montrer ses liens avec les réseaux marchands tchadiens actuels au-delà des frontières nationales. Ces liens ont perpétué les divers réseaux marchands qui se développent à travers le commerce ethnique. L'étude du commerce ethnique à N'Djamena doit donc nous projeter dans les régions d'où sont originaires les groupes ethniques du Tchad afin d'établir les liens possibles avec les formes actuelles du commerce au-delà des frontières. D'où la nécessité d'élaborer, en partant du schéma méthodologique, des tableaux ethno-économiques comme repères régionaux [configurations synoptiques] de référencements.

Ce travail ne saurait se faire si on n'envisageait la question dans un contexte large national qui intègrerait tous les aspects géopolitiques, économiques, sociaux, politiques et humains. Pour avancer dans ce cadre tchadien, il importe donc de connaitre la géographie, l'histoire, l'économie, la politique et les populations de ce pays. Si la ville de N'Djamena offre un cadre particulier d'étude du phénomène d'ethnicisation du commerce, c'est par son histoire économique, démographique, culturelle, géographique et politique, c'est – dire sa position de capitale résumant et concentrant les réalités nationales. Un travail scientifique véritablement fouillé, sur la question du commerce ethnique et son processus, ne serait complet que si l'ensemble est rattaché à son cadre général. C'est pourquoi, il nous a semblé intéressant de remonter aux premiers peuplements des quartiers de N'Djamena pour saisir ensuite les différentes formes des pratiques commerciales [fussent-elles élémentaires] et d'en dégager les possibles représentations. Ces gymnastiques intellectuelles se sont avérées utiles dans l'identification des types de commerces pratiqués à N'Djamena par certains groupes ethniques. Aussi, par souci de clarification, il est important de dissocier les types formels des formes informelles de ces commerces. Etudier tous ces commerces à N'Djamena revient, à priori, à mettre en évidence les réseaux sous-jacents à travers les divers circuits commerciaux [de la production à la consommation sur le marché] en les scrutant sur un vaste ensemble de marchés.

Ainsi, le travail se présente en deux grandes parties, chacune subdivisée en plusieurs chapitres qui forment donc la charpente de la thèse. La première partie s'attèle à situer le travail dans son cadre général réparti en deux chapitres : le cadre théorique, le cadre

méthodologique ; la présentation du Tchad et de la ville de N'Djamena. La deuxième partie constitue le fond de la thèse. Elle traite les cas typiques de l'ethnicisation du commerce à N'Djamena et subdivisée en trois chapitres : après des généralités sur le commerce ethnique qui complètent le cadre de l'étude, les cas typiques informels du commerce ethnique et enfin les cas typiques formels du commerce ethnique sont abordés. Ils représentent les deux faces de notre problème. Le commerce ethnique informel est l'héritage de vieilles spécialisations régionales et « traditionnelles », révélant la nécessaire complémentarité entre les groupes. Le commerce ethnique formel est plutôt lié, quant à lui, à la captation des faveurs des pouvoirs successifs pour l'établissement de monopoles qui n'ont rien à voir avec des savoirs faire spécifiques d'origine.

Première partie : Cadre de la recherche

Chapitre 1 : Cadre théorique et méthodologique

1.1. Le sujet de thèse

Le thème de recherche porte sur *l'ethnicisation du commerce à N'Djamena* et couvre un dispositif spatial et social assez courant en Afrique[7], et en Afrique sahélienne plus particulièrement : la domination ou l'appropriation des espaces marchands et des branches d'activités par certains groupes ethniques spécialisés. Or, l'ethnicisation apparaît comme un processus et peut, ainsi, prendre deux sens différents : soit celui de la captation de secteurs d'activités commerciales par des groupes « ethniques » aux frontières admises, sinon réelles ; soit celui de la fabrication de limites ethniques par la participation à une activité spécialisée et son réseau. C'est ainsi que dès l'introduction nous avons orienté ce travail.

Un tel sujet de recherche s'inscrit à l'intersection de l'anthropologie [anthropologie de l'espace plus spécialement] et de la géographie culturelle, voire de l'économie culturelle[8], discipline en cours de reconstitution. Il s'ouvre aussi, par l'arrière, aux questions proprement politiques et économiques : l'Etat tchadien reste un acteur dominant bien que mal armé en matière d'économie du développement, ce qui, au Tchad, se traduit par une « guerre civile » presque endémique. Car les luttes d'influence, politiques et économiques, marquent les différents espaces marchands qui en sont des vecteurs éprouvés sous couvert d'idéologie et de discours, selon un dispositif très différent des oppositions entre régions ethniques comme on le souligne le plus souvent. Cette mauvaise tradition politique et idéologique qui met en opposition les différents groupes ethniques a touché

[7] LE BRIS, E. op.cit. p.5.

[8] Plus proche de l'anthropologie économique, l'économie culturelle désigne le mode de production tendant à satisfaire les schèmes culturels plus que le producteur lui-même. On retrouve cette approche dans les travaux des ethnologues du XIX siècle [comme Marcel Mauss].

malheureusement tous les secteurs de la vie, tel le commerce. C'est cette inquiétude qui justifie le choix du thème, car les réseaux marchands sont porteurs d'une contradiction : ils associent les régions du Tchad dans la complémentarité et assurent le dépassement des frontières ; ils contribuent, à l'inverse, au processus d'ethnicisation qui met à mal le vouloir vivre ensemble dans une nation paisible[9].

1.2. Problématique

La question du commerce ethnique et de l'ethnicisation du commerce n'est pas nouvelle. Des recherches ethnologiques, anthropologiques et géographiques ont déjà été menées. Depuis quelques années, les pouvoirs publics au Tchad commencent même à s'y intéresser bien que sans réelle implication.

Dans bien des pays, le phénomène du commerce ethnique attire de plus en plus de chercheurs. En France, au cours des deux dernières décennies, des études ont été menées sur l'ethnicisation des commerces par les étrangers ou immigrés « spécialisés ». Car, de plus en plus, on constate dans certains métiers une concentration d'étrangers et d'immigrés : services à la personne, propreté, gardiennage, sécurité, maisons de retraite, hôpitaux, métiers du gros œuvre dans le BTP [type démolition, sols industriels, grutiers], centres d'appel, travaux en cuisine dans la restauration, les services de ménage, etc. En France, les marchés [Capucins à Bordeaux, Sarcelles en région parisienne] ou les Halles [La Villette] offrent des situations comparables à celle de N'Djamena toute proportion gardée [il ne s'exprime pas là le prolongement d'identités régionales françaises]. Mais ce constat a un sens par le développement d'entreprises ethniques [les Chinois dans le commerce et le textile, les Turcs dans le bâtiment et le textile, les Maghrébins dans les restaurants Kebab, les Indiens et les Africains dans le commerce des produits exotiques…]. Cette ethnicisation est aussi bien masculine que féminine : les femmes dans le nettoyage, les caissières dans les supermarchés, les employées dans les services à la personne et les maisons de retraite ; quant aux hommes, on les voit dans le bâtiment, la sécurité et le gardiennage. L'ethnicisation n'est pas qu'exotique ; elle est nettement

[9] RENAN, E. [1887]. *Qu'est-ce qu'une Nation ? Discours et conférences*, paris, Calmann Lévy, p.32.

marquée par la sélectivité des métiers dans les métropoles du monde riche depuis plusieurs décennies déjà. Les métropoles ou ce qui en tient lieu au « sud » n'y échappent pas. Ce qui conduit à réduire d'emblée l'exceptionnalité tchadienne à une simple exemplarité dont il reste à chercher la contribution à la généralité.

Au Tchad et aujourd'hui, le sujet est d'actualité tant que les pouvoirs publics sont particulièrement attentifs, au cours de ces dernières années, à l'ethnicisation de certains métiers, à l'impact de ces pratiques sur l'unité nationale et aux stratégies de promotion du secteur commercial. En fait, on devra mettre l'accent sur le fait que le commerce ethnique soit fondé sur l'idée d'une altérité synonyme d'identité, dont les stéréotypes combineraient à la fois commerce et conscience ethnique. Dans une approche structurale, les commerces ethniques posent, par leur forme et leur implantation dans les grandes villes africaines, le problème de ce qu'Henri Lefebvre nommait dans les années 1950 les centralités commerçantes. L'appropriation des espaces marchands par l'activité commerciale, et l'analyse de la manière dont les commerçants, mais aussi les consommateurs, vivent ce rapport entre revendications identitaires et affirmation économique véhiculée par les activités, représente ce que l'on pourrait appeler une "ethnicité commerçante".

Dans le contexte tchadien, le travail commencera par mettre en évidence les marchés tchadiens et les représentations sociales qui leur sont associées. Et comme toutes les capitales macrocéphales, animées par la mobilité socio-spatiale, la ville de N'Djamena présente un exemple typique. En effet, la population de N'Djamena est une mosaïque de peuples culturellement divers. Les activités commerciales y sont diversifiées [presque, disons, une spécialisation par ethnie]. Déjà, les guerres civiles qui y ont sévi de 1979 à 1980 ont fait fuir les commerçants étrangers, notamment les Syriens, les Libanais et les Grecs. Au pouvoir depuis 1960 les Sara, plus bureaucrates et moins marchands, ont délaissé le commerce au profit des groupes arabo-nilotiques : les Kanembu, Haoussa, Bornou, Arabes, Djallaba, etc. Puis l'arrivée au pouvoir de Hissène Habré en 1982 et d'Idriss Deby en 1990 s'est accompagnée d'une vague de nouveaux commerçants plus puissants: les Goranes, les Ouaddaïens et les Zaghawa. Le marché de N'Djamena offre au final un tableau complet des espaces marchands tchadiens très fortement marqués par ces divers groupes socio-ethniques qui entrent en concurrence voire en conflit : progressivement le commerce y est polarisé et ethnicisé. Ainsi, les quincailleries restent aux mains de Kréda ; le textile est l'affaire des Kanembou ; les épiceries [boutiques de quartiers] sont dominées par les Ouaddaïens ; les bars sont laissés aux Sara et Banana, etc.

On constate dès lors que l'accès aux différents commerces à N'Djamena est devenu problématique pour d'autres groupes ethniques plus marginaux ou peu organisés. D'où l'inquiétude de voir se former dans l'avenir des castes marchandes composées des commerçants puissants [Zaghawa et Kréda]. Cette spécialisation commerciale à N'Djamena a attiré notre attention. Il faudra, par le travail d'investigation, cerner les facteurs déterminants d'un commerce de plus en plus spécialisé et qui est devenu le monopole de certains groupes ethniques.

De manière plus précise, cette thèse tente d'apporter des réponses, aussi modestes soient-elles, aux nombreuses questions suscitées par notre problématique générale: le commerce ethnique, est-il une stratégie strictement individuelle d'autonomie économique et de mobilité sociale ou est-il une stratégie collective de reproduction sociale et d'affirmation identitaire ? Comment cette configuration ethnique du commerce à N'Djamena s'est-elle développée aussi rapidement ? En quoi l'ethnicisation des activités commerciales, dans un pays déjà clivé et politisé, est-elle source de conflit ?

Les connaissances en sociologie, en anthropologie et en géographie, seraient un atout majeur pour le traitement de ces problématiques croisées.

1.3. Etat de la question

" Les connaissances antérieures, comme obstacle épistémologique".

Le nouvel esprit scientifique, Gaston Bachelard. 1934.

Dans la connaissance scientifique - en sciences humaines et sociales - on prend le vrai comme rectification historique d'une longue erreur et l'expérience comme rectification de l'illusion commune. Le nerf du travail se trouve alimenté en grande partie par la documentation, c'est- à - dire la littérature grise explorée sur la question. Au Tchad, une pénurie de documentation sur la question est surprenante. Si l'ethnicisation du commerce est étudiée sous le thème du "commerce ethnique" [France], d'"ethnic business"[10] [Etats-Unis d'Amérique], les spécialisations commerciales par les groupes ethniques sont encore très peu explorées au Tchad. Ce manque d'études s'explique non pas par le phénomène d'ampleur récente et mais parce que le sujet est sensible, et parce que toute approche serait

[10] TASSE, E. [2012]. *Les bonnes affaires du commerce ethnique*, Syfia International.

comprise comme une manière d'attiser des haines ethniques vu le contexte de guerre civile larvée.

Déjà en France deux chercheurs ont travaillé sur la question du commerce ethnique et peuvent être cités ici en référence: Emmanuel Ma Mung et Anne Raulin. Emmanuel Ma Mung[11], dans une étude similaire située en France, avait tiré une conclusion selon laquelle 20 % des fonds de commerce proposés à la vente dans la région parisienne, au premier semestre de 1989, ont été achetés par des commerçants asiatiques et maghrébins. Ainsi, par l'exploitation de plusieurs milliers d'annonces de mutation de fonds de commerce, l'auteur a permis d'établir que dans les mouvements des fonds immobiliers entraient ce type de commerce [ethnique] et que par ailleurs l'expansion de ce commerce très ethnicisé suivait trois logiques : les groupes, le lieu et les activités basées sur des réseaux sociaux dont dépend la mobilité sociale des commerçants. Et Anne Raulin[12] d'y ajouter l'aspect spatial du commerce ethnique : "le quartier Château Rouge au nord de Barbès à Paris a la particularité de concentrer une forte proportion de commerçants originaires non seulement du Maghreb et de l'Asie, mais encore du Sénégal, du Mali, du Cameroun, du Congo Kinshasa et de la Côte d'Ivoire, qui sont spécialisés dans la vente des produits cosmétiques, textiles, etc.".

Les études effectuées en Afrique sur les espaces marchands [du moins sur le territoire ethnique du commerce] ont permis de montrer comment certains groupes ethniques contrôlent et monopolisent le commerce entretenu par de vastes réseaux des commerçants puissants. En Afrique de l'ouest, les deux ouvrages de référence déjà signalés et toujours d'actualité ont abreuvé notre soif d'étudier le commerce comme activité socio-spatialisée.

Le premier est le travail[13] de Jean-Loup Amselle sur les *Kooroko* au Mali. Pour lui, les Kooroko, de par leur histoire, sont liés à la caste des forgerons et ont édifié une vaste infrastructure marchande en contrôlant tout particulièrement le commerce de la cola. Dans cet ouvrage, l'auteur essaie de mettre en relation les conditions d'exercice du commerce avec la mise en place des réseaux, qu'il a eu la commodité de nommer par le terme

[11] MA MUNG, E. [1992]. *Expansion du commerce ethnique : Asiatiques et Maghrébins dans la région parisienne,* in Revue Européenne de Migrations Internationales, vol 8, n°1, pp.39-59.

[12] RAULIN, A. [2001]. *Anthropologie urbaine*, Paris, Armand Colin, p. 161.

[13] AMSELLE, J.-L. *op. cit. p.6*

" réseaux marchands ", qui implique une organisation intra nationale [intérieur du Mali] ou même sous-régionale [en Côte d'Ivoire et en Guinée, notamment]. L'étude est intéressante pour avoir analysé sociologiquement ces réseaux comme système s'appuyant sur les liens de parenté et d'alliance, d'affinités géographiques ou religieuses.

Le commerce de la cola entretenu par les *Kooroko* du Mali est similaire au cas de certains groupes du Tchad : les groupes ethniques qui se spécialisent dans certaines activités laissent transparaître un réseautage limitatif, un système évoluant en vase clos, c'est–à-dire selon les barrières ethno-régionales. En l'espèce, la réalité décrite par Amselle [le commerce de la cola pratiqué par la communauté Kooroko] et confrontée aux cas typiquement tchadiens, il apparaît qu'un tel commerce présente en évidence une double fonction : la reproduction socio-ethnique spécialisée des Kréda, des Ouaddaïens et des Sara et Banana, d'une part ; d'autre part, la soumission que ce commerce inflige à d'autres groupes sociaux dans une position subordonnée, marginale sur l'arène commerciale.

Toutefois, il nous semble que dans le cas tchadien, les facteurs qui sous-tendraient une telle spécialisation voire le monopole ethno-commercial] se trouvent dans le dérèglement de la société tchadienne. On sait, par exemple, que les Kréda, il y a peu de temps, étaient des pasteurs et des bouchers ; que les Ouaddaïens commerçaient les oignons des ouadis. L'occasion politique de la guerre civile et l'inversion des pouvoirs est sans doute pour quelque chose dans leur « ascension sociale» et la mutation de leur activité.

Le deuxième ouvrage, l'étude d'Emmanuel Grégoire[14] portant sur un groupe de riches marchands de Maradi au Niger, est tout autant exemplaire. Elle conforte l'hypothèse que les marchés en Afrique sont des lieux où se révèlent des espaces aux frontières ethniquement marquées. C'est le cas avec les Alhazaï de Maradi. L'auteur prend bien soin de souligner que dans toutes les grandes villes en évolution comme Maradi « on assiste à la formation de nouveaux groupes sociaux et à l'émergence d'une nouvelle organisation des rapports sociaux et économiques » [Grégoire, 1986 : 23].

La ville de N'Djamena n'est pas en reste. Cette analogie pourrait s'étendre à d'autres villes du Sahel dont la similitude des populations autorise la tentative. En effet, l'histoire économique de N'Djamena fait apparaître la montée de plus en plus affirmée des groupes ethniques dont le comportement ethno-économique trahit leurs affirmations identitaires

[14] GREGOIRE, E. *op, cit, p.6*

[religieuses aussi !]. Notre présente étude est une réactualisation, dans le contexte tchadien, des ces recherches africanistes : Alhazaï de Maradi [Grégoire] et Kooroko du Mali [Amselle].

Certes, la réalisation de ce travail s'inspire de textes déjà bien connus portant sur les groupes marchands au Sahel ! Mais notre apport voudrait y ajouter cette dimension singulière : la captation de certaines branches d'activités par les groupes ethniques et la participation aux activités commerciales qui conduisent à la fabrication de frontières entre les ethnies en en dévoilant également la dimension proprement politique du commerce, c'est-à-dire la confusion des pouvoirs publics dans les réseaux marchands.

Cette exploration de la littérature nous a permis de constater un vide cruel des travaux existants sur le commerce ethnique au Tchad. Depuis longtemps, des sujets tout aussi intéressants sont délaissés par les chercheurs trop facilement attirés par les mirages voilés du Nord[15]. En se situant dans cette perspective, l'étude de *l'ethnicisation du commerce à N'Djamena* offre de nouveaux champs d'investigation des espaces marchands tchadiens.

Cependant, le Tchad n'est pas une terre inconnue des chercheurs. Le pays a été parcouru par des chercheur tels que Cabot, Magnat, Bouquet, Lebœuf, Magrin, etc. Au nombre des travaux récents portant sur le commerce au Tchad, nous pouvons citer les travaux de Claude Arditi[16]. Au demeurant, la lecture des travaux d'Arditi sur les groupes ethniques au Tchad a permis de mettre en lumière les facteurs sous-jacents du commerce ethniquement configuré au Tchad, en fouillant dans l'histoire commerciale du Tchad, la formation des classes commerçantes, les textes dévoilent les dessous politiques et idéologiques du commerce au Tchad dont nous rappelons quelques points.

---

[15] MAGRIN, G. [2001]. *Le sud du Tchad en mutation : des champs de coton aux sirènes de l'or noir*, Montpellier, Cirad-Sépia.

[16] ARDITI, C. [2007]. *Le Tchad et le monde arabe : essai d'analyse des relations commerciales* ; *Commerce, islam et Etat au Tchad [1900-1990]*, in GREGOIRE, E. ; LABAZEE, P. [2007]. *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest*, Paris, Karthala, pp. 174-220 ; ARDITI, C. *Du prix de la kola au détournement de l'aide internationale : clientélisme et corruption au Tchad [1900-1998],* in BLUNDO, G. [1995]. *Monnayer les pouvoirs. Espaces, mécanismes et représentations de la corruption*, Paris, IUED/PUF, pp. 249-269.

A l'indépendance en 1960, François Tombalbaye accède au pouvoir, un Sara originaire du sud du pays. Mais cette période ne favorise guère les groupes ethniques proches du régime dans le commerce, outre l'exploitation des bars, alimentations, lieux de loisirs. Car le domaine aimé par les sudistes, c'est l'administration, délaissant les affaires. Ce qui va offrir à certains commerçants musulmans la possibilité d'entretenir des relations d'affaires personnalisées avec le pouvoir. Après le coup d'Etat militaire de 1975, le successeur Malloum, lui aussi originaire du sud, marque la continuité : l'homme sudiste est peu voué aux affaires et se contenta des petits commerces [débits de boissons alcoolisées…].

C'est pendant la période 1982-1990, marquée par le règne d'Hissène Habré [Gorane et nordiste] après le renversement de Goukouni Oueddeï [lui aussi nordiste, mais Toubou] que les frontières commerciales entre les groupes ethniques vont se dessiner progressivement. Cette période fut caractérisée par une corruption latente d'autant plus forte que l'aide internationale, les fonds publics, souvent à l'initiative de la présidence, vont servir à financer les commerçants Goranes et autres acolytes. Comme dans les rezzous, ce fut le temps de partager le butin de guerre. Par contre, le régime a été d'une extrême « caporalité » et brutalité envers les commerçants d'autres ethnies que la sienne et beaucoup le payèrent de leur vie, d'autres parfois au péril de leur vie sacrifiaient tous leurs biens et leurs affaires. Les groupes ethniques qui ne plaisaient pas au régime étaient systématiquement mis hors-jeu du système.

Profitant du pouvoir en place, beaucoup de combattants Goranes [Daza, Zaghawa, Kréda et autres groupes apparentés] se transformèrent en commerçants et tentèrent de monopoliser certaines branches du commerce. Beaucoup ont été imposés comme interlocuteurs privilégiés dans les services de l'Etat, tels par exemple l'Office national des céréales, STEE et la Cotontchad. D'autres plus verrés [Daza et Anakaza notamment] tentaient d'éliminer, par l'arme de la fiscalité, d'anciens commerçants qui dominaient jusqu'ici les domaines aussi convoités que le commerce import-export, les quincailleries, le transport. Aussi le pouvoir plaça-t-il aux postes de douane les plus stratégiques, des individus qu'il souhaitait récompenser, comme aux postes de Douane de N'Djamena, Bol, Léré, Bongor, etc. Ce qui fait que certains d'entre eux se sont imposés en monopolisant l'importation des produits de consommation. C'est pourquoi le sucre, les pagnes et l'essence franchissent les barrières de douane sans être taxés. Tout ceci va mettre en difficulté [voire faire disparaître] les autres ethnies du secteur. Aujourd'hui, on parle moins des Syro-libanais, des Kanouri, des Haoussa.

Depuis 1990, année qui marqua l'arrivée au pouvoir d'Idriss Deby, un Zaghawa proche des Daza, de nouvelles évolutions radicales se sont produites. La liberté prônée par le régime va être mise à mal[17]. Très vite on s'aperçoit que sa propre ethnie/clan ainsi que d'autres groupes sociaux proches du régime vont s'afficher dans le secteur économique. De fait, il est difficile de dissocier l'ethnie Zaghawa du pouvoir. C'est le temps des « Zag » [le diminutif de Zaghawa dans le langage commun au Tchad] et de leurs acolytes. On voit apparaître sur l'espace marchand tchadien, de nouveaux commerçants très puissants, soutenus par le régime : Kréda, Zaghawa et ouaddaïens.

L'analyse de l'auteur n'occulte pas le caractère idéologique du commerce[18] au Tchad, car les nations musulmanes comme l'Arabie saoudite, la Libye et le Soudan exportent la conception religieuse fondamentaliste wahhabiste en soutenant les commerçants musulmans tchadiens [Arditi, 2001]. C'est pourquoi on va constater très vite que des nouveaux commerçants [Kréda, Zaghawa, etc.] qui ont débuté dans les affaires sont généralement appuyés de l'extérieur, soit en Arabie, en Libye ou au Soudan, qui constituent leur base arrière financière.

Depuis le petit commerce[19], certains sous-groupes ethniques ont fourni, avec l'aide souterraine de l'Etat, les nouveaux grands commerçants contrôlant des monopoles commerciaux comme les Goranes Kréda et Zaghawa [quincailleries ; banques, transport etc.]. De cette analyse, on retient que chaque clan ou ethnie qui arrive au pouvoir au Tchad inscrit son ethnie dans le registre du commerce [Arditi, 1993]. La question, par son importance, suggère d'étudier ce type de commerce et les divers réseaux afin d'élucider l'emprise ethnique et les visées économiques, sociales et politiques qui constituent l'activité ethnopolitique. Ce problème, par sa ramification, dépasse le seul cadre local de N'Djamena. Il mérite d'être posé à un niveau plus large, tant au plan national qu'international, dans la mesure où les divers réseaux marchands ne se limitent pas uniquement au niveau de N'Djamena, mais aussi au niveau régional et transnational.

[17] Situation que François Bayart qualifie "criminalisation de l'Etat".

[18] ARDITI, C., op. cit. p. 17.

[19] ARDITI, C. [1995]. *Le commerce des dattes du Borkou",* Cahiers des Sciences humaines, ORSTOM, vol. 31, n°4, pp. 849-882.

1.4. Hypothèses de départ

Sur la base de recherches documentaires et de données empiriques observées dans les divers espaces marchands au Tchad, nous pouvons dire que le phénomène de l'ethnicisation du commerce à N'Djamena est la conjugaison de plusieurs facteurs énumérés comme hypothèses[20] principale et secondaire.

✓ La présente étude part, *à priori*, de l'idée selon laquelle le phénomène de l'ethnicisation du commerce à N'Djamena est lié en grande partie au phénomène de communautarisme marqué par les clivages ethniques.

Aussi, il existe d'autres facteurs sous-jacents peu anodins qui permettent d'expliquer l'expansion du commerce ethnique. Ils peuvent être formulés sous forme d'hypothèses secondaires.

✓ Les guerres civiles que le Tchad a connues ont fait fuir les commerçants étrangers, ce qui remodèle le nouvel espace marchand;
✓ Le régime clanique est un gage de réussite pour son clan[les ethnies se sont imposées dans le commerce];
✓ Plus le clientélisme politique monte, plus le dérèglement institutionnel causé par l'instabilité politique permet [est la base de] la montée socio-économique de certains groupes ethniques;
✓ Certains groupes ethniques se seraient beaucoup plus spécialisés dans les activités commerciales au travers d'une pratique de la géopolitique équilibriste coutumière tchadienne.

1.5. Définition des concepts clés

Il est opportun de donner le sens de certains mots clés employés dans cette thèse [Toriaïra, 1989 : 27]. Cela est indispensable, car tout travail scientifique commence dès qu'on parvient à donner un contour précis et objectif aux concepts dont on fait usage. Ainsi, « le savant doit définir les choses dont il traite afin que l'on sache et qu'il sache bien de quoi il

[20] L'hypothèse est une proposition de réponse provisoire à la question de part selon les travaux de QUIVY ET VAN CAMPENHOUDT [1995]. *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Dunod.

est question »[21]. Des concepts opérationnels permettent donc de savoir exactement de quoi nous parlons et à quoi nous nous référons.

a) Le concept d'espace…

L'anthropologie de l'espace et plus précisément " l'anthropologie de l'espace urbain" [Le Bris, 1994 :105] constitue un champ scientifique et d'investigation encore jeune. Son utilité et son unité résident cependant dans la manière dont elle constitue l'espace en objet qualifié et dont elle dégage des spatialités propres à une ou plusieurs cultures. Il nous semble plausible de définir l'anthropologique de l'espace en référence à quelques-uns de ses défenseurs.

En 1983, Françoise Paul-Lévy et Marion Ségaud publient un ouvrage de référence, sous la forme d'une anthologie, une défense et illustration de « l'anthropologie de l'espace»[22] qui mêle les travaux d'historiens, de géographes, de sociologues et, surtout, d'ethnologues ou d'anthropologues.

A la suite de cet ouvrage, Jean-Charles Depaule écrit : « malgré des réserves, et même si elle n'est pas toujours perçue comme une discipline autonome, les chercheurs ne semblent pas, dans l'ensemble, mettre en cause la légitimité d'une approche qui considère l'espace non pas comme une toile de fond, mais comme une production sociale spécifique et le support d'usages eux-mêmes spécifiques. Et, sur des terrains lointains ou proches, des recherches se mènent, dont les auteurs se reconnaissent sans difficulté dans un tel projet scientifique » [Jean-Charles Depaule, 1995].

Marcel Djama a publié dans le cadre de sa thèse de doctorat[23] un excellent de travail d'anthropologie de l'espace. Il lui consacre une étude anthropologique et historique du changement social en pays somali, appréhendé à travers la construction d'un espace local et l'évolution d'un groupe social *somali* établi dans les confins frontaliers somalo-éthiopiens.

---

[21] DURKHEIM, E. [1986]. *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF, p.127.

[22] PAUL-LEVY, F.; SEGAUD, M. [1983]. *Anthropologie de l'espace*, Paris, Centre Georges Pompidou.

[23] DJAMA, M. [1995]. *L'espace, le lieu. Les cadres du changement social en pays nord-Somali. La plaine du Hawd [1884-1990],* thèse de doctorat en Anthropologie sociale et d'ethnologie, EHESS-Marseille.

Les sujets traités dans cet ouvrage ne recouvrent pas seulement les objets de l'anthropologie, ni de l'histoire, ni même de la géographie, mais on y voit à travers la notion de l'espace[24], un nouveau champ d'investigation [donc l'anthropologie de l'espace], c'est-à-dire l'espace somali dont la temporalité et la spatialité caractérisent le type somalique. Cette approche qui met en rapport l'homme et son espace doit être confiée à ce que Françoise Choay nomme « compétence anthropologique »[25]. Malgré la tentative audacieuse qui s'accompagne d'une diversité et l'extension sophistiquée des définitions, l'anthropologie de l'espace n'apparaît pas tout à fait comme une auberge espagnole [Castex, Cohen et Depaule, 1995].

Disons que l'espace est un concept ardu, complexe à cerner. Comme l'une des dimensions de la société, l'espace désigne l'ensemble des relations que la distance établit entre différentes réalités [Lévy et Lussault, 2003 : 325]. L'extension du concept d'espace nous amène donc à construire une typologie très variée [voir le tableau en annexe]. A partir de ce tableau, on peut dire que le marché est un espace marchand et donc produit. Il peut être aussi politique en ce sens qu'il est le produit de la société. Chaque société avec son système d'évaluation des situations produit son espace et, c'est aussi par l'espace que s'opposent les valeurs à travers les épreuves de l'espace [Lefèvre, 1974]. Espace du marché ou espace marchand prennent tous leur place dans cette définition ethnogéographique[26] de l'espace marchand pris dans ses formes socio-spatialisées. La définition de l'espace, telle que nous l'envisageons, se précisera au fur et à mesure que l'on avancera dans cette étude.

b) La notion d'espace marchand

[24] Marcel Djama écrit : *à travers la notion d'espace social, je tente de définir les caractéristiques de deux types d'organisation fortement contrastés mais complémentaires : un espace social pastoral marqué par des logiques de réciprocité et de redistribution et un espace marchand citadin. Ces deux espaces géographiquement distribués s'inscrivent en complémentarité dans le système régional précolonial défini.*

[25] CHOAY, F. [2006]. *Pour une anthropologie de l'espace*, Paris, Edit Seuil.

[26] RETAILLE, D. op. cit. p.4.

De nombreuses études ont porté sur le marché[27], mais il faut en reconnaître deux niveaux. Par marché, nous entendons le lieu des échanges ; un espace qu'imbriquent des lieux et des rapports socio-économiques, c'est-à-dire l'ensemble des interactions économiques spatialisées. A un autre niveau, l'espace marchand est un espace social que Guy Di Méo définissait comme « étendue compacte et continue, soit aires dispersées, organisées en réseau, en système réticulaire aux éléments plus ou moins hiérarchisés »[28]. Ainsi défini, le marché se dissout dans l'espace économique plus vaste ou devient un rouage du dispositif commercial d'ensemble [La Pradelle, 1994 p : 93].

L'étude de Mireille Lecarme-Frassy portant sur un groupe de femmes vendeuses de poisson à Dalifort, un quartier populaire de la banlieue de Dakar, nous a le mieux permis de cerner la notion d'espace marchand. La démarche de l'auteur, avec une thématique basée sur l'analyse de la reproduction sociale, combinant l'anthropologie des rapports sociaux, l'anthropologie de la quotidienneté, l'anthropologie économique ; et l'analyse de deux espaces : le marché et le foyer. En étudiant le commerce du poisson, elle montre comment le marché, comme espace marchand, est structuré suivant des logiques sociales et culturelles. Sans s'encombrer d'un vocabulaire de spécialiste, elle appréhende l'espace marchand [l'espace du marché, selon sa terminologie] comme « lieu d'interaction économique mais aussi de dramatisation théâtrale »[29] où les marchands et clients, de divers âges et origines ethniques, déploient diverses stratégies de communication, lieu où les conflits d'intérêt des uns et des autres peuvent parfois tourner en antagonisme. Il s'agit bien du marché comme lieu d'échange. Dans le cas des marchés au Tchad et en particulier à N'Djamena, la capitale, l'antagonisme s'accentuerait davantage dès lors que le commerce y est de plus en plus ethnicisé. Le terme d'ethnicisation renvoie donc à une notion intéressante qui permet de traduire ce processus de spécialisation sociale et économique par appropriation des branches commerciales et/ou par une participation volontariste à ces secteurs. Mais, elle est dangereuse dans le contexte actuel du Tchad, car stigmatisante !

---

[27] DE LA PRADELLE, M. [1994]. *Comment décrire le marché* ? in OSTROWETSKY, S. [dir.]. *Sociologie en ville,* Paris, L'Harmattan, pp. 91-104.

[28] Di MEO, G. [1998]. *Géographie sociale et territoires*, Paris, Nathan, p.32

[29] LECARME-FRASSY, M. [2000]. *Marchandes dakaroises entre maison et marché. Approche anthropologique,* Paris, L'Harmattan, Collection Études Africaines.

c) Les notions d'ethnicisation du commerce

Vacher de Lapouge[30] introduit dans les sciences sociales la notion d'ethnie sans pour autant lui accorder une grande importance terminologique. Il définit le terme ethnie en l'assimilant à celui de race comme « association des caractéristiques morphologiques [taille, indice céphalique, etc.] et de qualités psychologiques, avec un mode de groupement formé à partir des liens intellectuels comme la culture ou la langue » [Vacher de Lapouge, 1896 : 10].

Ainsi, le terme ethnie permet-il de caractériser un type de population distincte des autres. Mais, au cours des dernières décennies, son usage dans les sciences sociales va connaître une certaine critique [Amselle, 1987 :466]. La difficulté à proposer une définition unanimement admise semble hanter tous les chercheurs des sciences sociales et humaines Jean Gallais en avait souligné la difficulté quand il écrivait: " une définition de portée générale n'est pas concevable "[31].

En dépit des réfutations acerbes et de la pluralité de définitions, le mot ethnie reste encore d'usage dans les sciences sociales et humaines. La polysémie [voire l'idéologie par son usage par l'administration coloniale en Afrique] du mot ne lui enlève guère son acception terminologique. Pour Amselle, « l'ethnie correspond en définitive à un Etat-nation à caractère territorial au rabais »[32].

Le concept de groupe ethnique n'est pas différent de celui d'ethnie. Mais l'usage que nous en faisons est d'ordre méthodologique, car par groupe ethnique [Retaillé, 2004 :17], nous pouvons comprendre plusieurs ethnies apparentées. Par exemple, au Tchad, les Goranes constituent un groupe ethnique composé de plusieurs ethnies dont les éthos sont presque similaires : Teda, Daza, Kréda, Zaghawa et autres clans.

Dans le même sillage, on retrouve une définition qui semble couvrir le sens que nous donnons. Il s'agit de celle selon laquelle les groupes ethniques sont des « agrégats humains partageant essentiellement une culture commune, et des différences liées entre

[30] VACHER DE LAPOUGE, G. [1909]. *Race et milieu social : essais d'anthropo-sociologique,* Paris, M. Rivière.

[31] GALLAIS, J. [1962]. *Signification du groupe ethnique au Mali*, Paris, L'Homme, Volume 2, n° 2, pp 106-129.

[32] AMSELLE, J.L. et M'BOKOLO E. [1985] : *Au cœur de l'ethnie. Ethnies, tribalisme et Etat en Afrique,* La Découverte, p.19.

elles qui distingueraient chacune de ces cultures prises séparément de toutes les autres […], les groupes ethniques sont des groupes humains séparés, c'est – à - dire des unités ethniques qui correspondent à chaque culture » [Barth, 1995 :204]. En résumé on peut, à partir de la littérature admise[33], schématiser ci-dessous la définition du groupe ethnique comme formant un groupe de population ayant quatre caractéristiques :

"Se perpétuer biologiquement dans une large mesure ; avoir en commun des valeurs culturelles fondamentales, réalisées dans des formes culturelles ayant une unité manifeste ; constituer un espace de communication et d'interaction ; être composée d'un ensemble de membres qui s'identifient aux autres et qui sont identifiés par les autres comme constituant une catégorie que l'on peut distinguer des autres catégories de même ordre" [Barth, 1995 : 206].

La notion d'ethnicisation du commerce est placée dans ce champ car elle traduit le processus menant à la confirmation de l'ethnie. Avant de parler de l'ethnicisation, accordons-nous d'abord sur l'usage que nous faisons du terme *commerce*.

Le commerce, *tudjar,* sens littéral en arabe*,* est l'activité principale d'échange de biens et de services. Il couvre l'ensemble des transactions entre individus, entre organisations ou entre individus et organisations, que sont les associations ou les entreprises. Il complète l'activité de production en permettant de rémunérer la fourniture d'un bien ou d'un service, principalement par le recours à la monnaie [J. Lévy, M. Lussault, 2003 :175]. Par extension, le terme est utilisé en français pour désigner le lieu [*souk*, en arabe au Tchad] ou l'organisation où s'exerce cette activité tel qu'un magasin, une boutique.

Le commerce a pour usage social la satisfaction des multiples besoins et désirs de l'individu, les connaissances, la force physique et le temps dont il dispose ne lui permettant pas de produire seul tout ce dont il a besoin pour vivre. La solution consiste pour lui à organiser et diviser le travail. L'individu décide alors, d'une part, de produire ce qu'il peut et, d'autre part, d'échanger ce qu'il produit contre ce dont il a besoin et qu'il ne produit pas lui-même. L'échange suppose alors le transport sur de plus ou moins longues distances selon le marché.

[33] Voir RETAILLE, D. [1989]. *Les identifications ethniques dans l'espace Sahara-Sahel : l'apport d'une géographie méridienne* in CHRETIEN, J.P. et PRUNIER, G. [dir.]. *Les ethnies ont une histoire*, Paris, Karthala-ACCT, 1996.p 5-14.

Le transport des marchandises se fait par voie maritime ou fluviale, par voie terrestre et par voie aérienne. Chacun de ces modes présente des avantages et des limites en termes de délai, de coût et de risque. Le stockage avant l'expédition et ensuite avant la distribution des marchandises complète le transport dans le cadre de l'ensemble des opérations logistiques. L'assurance, quant à elle, offre des solutions financières de protection de la marchandise pendant ces opérations d'acheminement où les risques de détérioration accidentelle, de perte ou de vol existent. L'activité de commerce couvre tout cet ensemble.

Une autre acception du mot commerce est celle de l'anthropologie structurale développée par Claude Lévi-Strauss qui renvoie aux notions de communication et de relation avec autrui, que l'on retrouve [par exemple la *Kula*] chez les argonautes du pacifique occidental [cf. les travaux de Malinowski]. Ce sens fait appel à une réalité où les rapports humains et l'économie étaient conditionnés par la proximité géographique. Il couvre l'ensemble des transactions passées d'individus à individus, ou entre organisations, par l'appréciation de leur valeur d'échange et sa réalisation sans se limiter à l'aspect strictement économique puisqu'il entraîne un lien social « total ».

Pour le géographe, le commerce est une activité sociale, et comme tel il produit l'espace. Le commerce comme activité humaine conduit à s'intéresser aux spatialités réticulaires de la société. Selon le dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, le commerce est défini comme l'ensemble "des activités de service relatives à l'échange des marchandises, ce qui recouvre leur achat suivi de leur revente, moyennant leur mise à disposition et éventuellement leur transport "[34]. Sans se perdre dans le vocabulaire encyclopédique, nous appréhendons, dans ce travail, le commerce comme étant une activité économique caractérisée par l'échange de divers produits manufacturés et/ou locaux avec pour objectif le profit, mais dont l'arrière plan déborde ce cadre réduit puisqu'il comprend des implications identitaires et politiques.

Au plan de l'organisation, au Tchad comme ailleurs dans le « sous-développement » le commerce revêt deux caractéristiques principales : le formel dit commerce moderne avec structure commerciale légale tenant une comptabilité et l'informel, sans structure commerciale légale [qui échappe au contrôle de l'Etat] très dynamique et très développé. Le commerce s'exerce à N'Djamena, d'une part, entre grossistes et détaillants, d'autre part

[34] LEVY, J. ET LUSSAULT, M. [2003]. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés,* Paris, Belin, p.175.

entre détaillants et consommateurs. C'est cette interaction économique qu'il convient d'appeler commerce. Dans ce travail, il s'agit du commerce local c'est-à-dire celui qui met en scène les relations interethniques à l'intérieur des territoires du Tchad et en particulier à N'Djamena [entendue comme le cadre d'étude], le formel et l'informel s'y croisent bien que nous nous appuierons sur cette distinction pour aborder commodément les deux formes du commerce ethnique, la forme héritée et la forme construite.

L'ethnicisation du commerce et le commerce ethnique sont presque synonymes sauf que le premier traduit un processus alors que le second est un fait ou l'état [d'où l'ethnicité]. Le commerce ethnique n'est pas un phénomène nouveau dans les sociétés contemporaines. Il est inhérent à toutes les sociétés traditionnelles ou modernes. D'une société à une autre, on peut en observer des singularités que sous-tendraient les types d'organisations économiques et politiques. L'ethnicisation du commerce reste en particulier un phénomène beaucoup plus urbain que rural d'autant que" les commerces ethniques constituent des éléments de la diversité culturelle dans l'environnement urbain, en particulier celui des métropoles " [Raulin, 2001 :160]. Afin de clarifier cette notion d'ethnicisation du commerce, Hélène Bertheleu a publié en 2007 un article dans la Revue Européenne des Migrations Internationales portant sur le "sens et les usages de l'ethnicisation"[35] qui désigne le " processus de la saillance des catégories ethniques dans nombre de situations concrètes " [Bertheleu, 2007 : 9].

En France, et aussi ailleurs en Occident, les chercheurs préfèrent travailler sur le résultat de ce processus : le "commerce ethnique" [Ma Mung, 1992]. Il est entendu comme une activité qui consiste à échanger des biens et des services d'origine étrangère ou encore une activité spécialisée par les étrangers[36]. Ainsi, le commerce ethnique pose la question de l'étranger, de "l'autre", au sein d'un espace public autochtone. Des études menées à partir des années 1980 envisagent le commerce ethnique sous l'angle des pratiques liées au statut et à la localisation des populations immigrées. Le commerce ethnique y est donc appréhendé comme un échange entre partenaires appartenant à un même groupe ethnique et marginalement comme un échange entre une offre « spécifique » [ethnique] et une demande générale. Ici, le commerce ethnique est abordé à partir de ses conséquences sur la configuration des quartiers, sur l'accentuation de la séparation, voire de la ségrégation

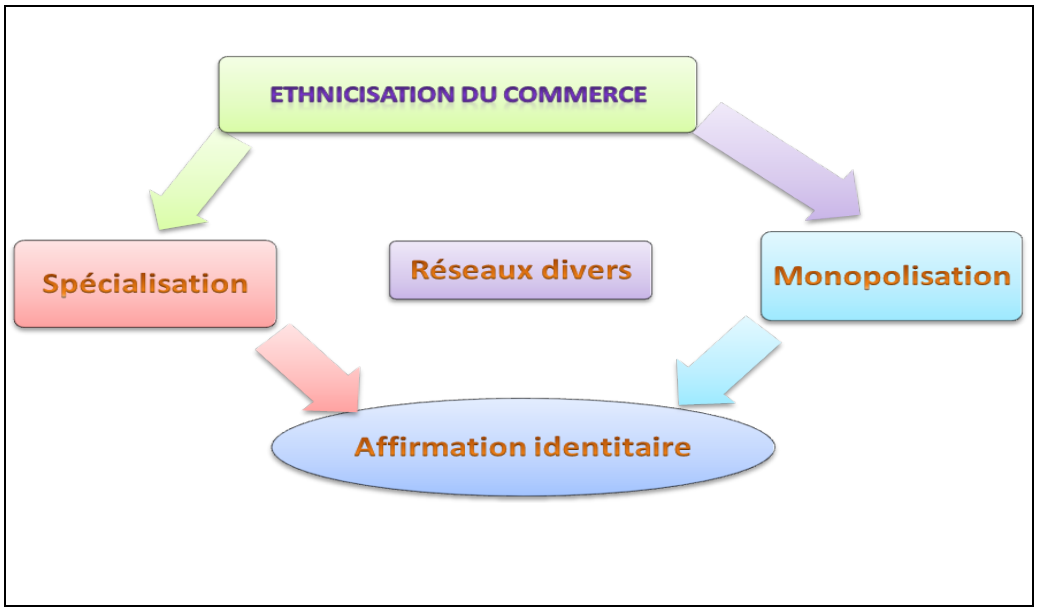
[35] BERTHELEU, H. [2007]. *Sens et usage de l'ethnicisation. Le regard majoritaire sur les rapports sociaux ethniques,* Revue Européenne des Migrations Internationales, n°23,2 pp7-28.

[36] RAULIN, A. [200]. *Anthropologie urbaine*, Paris, Armand Colin, p. 161.

sociale entre les populations immigrées et les populations déjà en place ; ou bien encore, sous un autre angle, celui étudié en tant que facteur d'intégration économique - et partant sociale - des populations immigrées. Il apparaît donc surtout que l'accent est mis sur les relations entre ces populations, à l'initiative de ce commerce, et les populations autochtones.

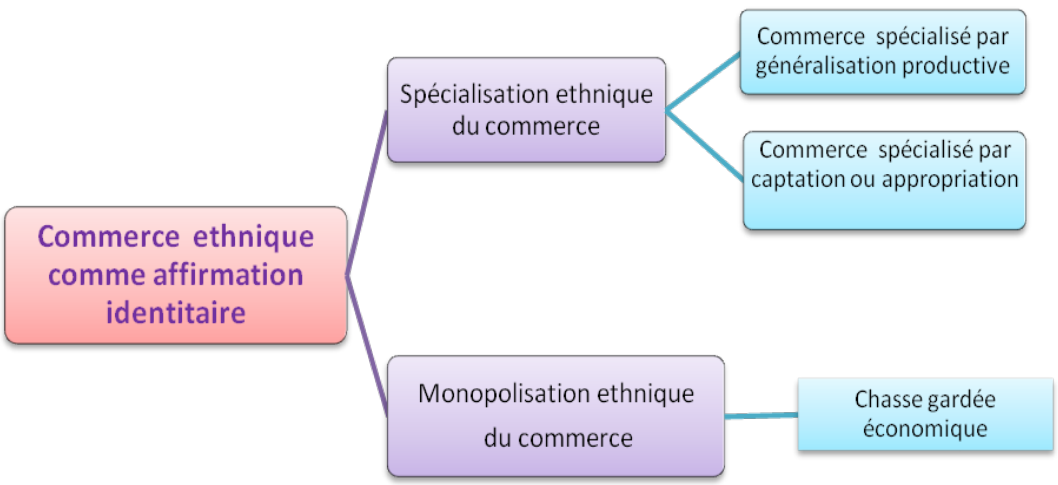
Aujourd'hui, le commerce ethnique n'est plus envisagé uniquement comme un système d'échanges détenu et/ou pratiqué par des populations immigrées, mais comme un moyen de communication [Ma Mung, 1992 : 39]. C'est dire que le commerce ethnique est une pratique révélatrice des valeurs du groupe social qui achète ces biens et services. De ce point de vue, il paraît pertinent d'analyser le commerce ethnique sous cet angle, et tout particulièrement en le croisant avec les pratiques et la philosophie du groupe social en question. Et dans le même sens, le commerce ethnique est une activité pratiquée par des individus ou groupes s'appuyant sur des réseaux de solidarité familiale, ethnique, régionale et même religieuse en termes de financement, d'approvisionnement, de recrutement des employés mais proposant son service à l'ensemble de la population des consommateurs dont l'Etat n'est pas des moindres… Etudier ce processus, dans le cas tchadien, revient à faire transparaître les relations interethniques qui se manifestent tant sur le plan économique que sur le plan politique, renforçant les identités.

Figure 1 : Le réseau des concepts



Le concept est une construction abstraite de la réalité. Mais, pour qu'il soit opérationnel, il faut déterminer les indicateurs mesurables comme signes du phénomène. dans le tableau ci-dessous, nous rapportons les indicateurs du concept « commerce ethnique» en distinguant ses deux dimensions principales [spécialisation et monopolisation]. Nous avons construit, à partir de nos enquêtes, entretiens et observations, deux séries d'indicateurs correspondant respectivement à chaque dimension.

Figure 2 : Indicateurs de concept[37]



Par la figure, on voit que le commerce ethnique est caractérisé par une spécialisation et/ou par une monopolisation des groupes ethniques. Dans la mesure où cette spécialisation se caractérise par une un processus d'appropriation par captation et, la monopolisation se traduit comme chasse gardée économique, le commerce ethnique conduit à l'affirmation identitaire.

Dans la figure ci-dessus, nous posons que le commerce ethnique est caractérisé par une spécialisation et/ou par une monopolisation des groupes ethniques. Dans la mesure où cette spécialisation se caractérise par une un processus d'appropriation par captation, la monopolisation se traduit comme chasse gardée économique. C'est ainsi que le commerce « ethnique » conduit à l'affirmation identitaire. L'ethnicisation du commerce suggère un autre concept tout important qu'est le concept de réseau marchand.

[37] Le concept "ethnicisation du commerce".

Le concept de réseau désigne au sens concret « un ensemble de lignes entrelacées »[38] d'objets ou d'individus et, au figuré un ensemble de relations. Par extension, il désigne un ensemble interconnecté de composants et de leurs inter-relations autorisant la circulation en mode continu ou discontinu d'éléments finis [marchandises, informations, personnes...]. L'étude de branches commerciales spécialisées par certains groupes ethnique, permet de rendre compte d'un ensemble d'entités [réseaux des marchands et les circuits marchands liés, réseaux sociaux ou familiaux créés] qui échangent entre eux par des liens forts ou faibles créés et vécus lors des interactions sociales. Il se manifeste par des relations entre personnes dans le cadre de relations de proximité, d'amitié, de collaboration professionnelle.

Les sciences humaines usent constamment du concept de réseau, dont par exemple la sociologie [réseaux sociaux, familiaux…] et géographie [réseaux urbains multipolaires des territoires, etc.]. L'intérêt de ce concept est méthodologique dans notre travail. Premièrement, il est une représentation dans l'espace-temps du commerce ethnique : les réseaux marchands ou les circuits commerciaux mettent en évidence la structure et le fonctionnement des branches commerciales où les groupes ethniques qui s'y spécialisent avec des tâches et des rôles bien circonscrits. En deuxième lieu, il est une représentation systémique et logique facilitant la compréhension des interactions réciproques unissant les commerçants entre eux, d'une part ; entre commerçants et consommateurs, d'autre part. La causalité, la hiérarchie et la fréquence des relations constatées dans et par le réseau donnent la mesure de sa cohérence et de sa consistance. Troisièmement, il permet la compréhension de fonctions spécifiques aux systèmes marchands et sociaux : le fait d'être en réseau peut induire une fonction que ces liens entre commerçants permettent l'émergence des autres. Enfin, quatrièmement la notion de réseau est devenue omniprésente et même un procédé de raisonnement pour la pensée contemporaine [champ politique et dans celui des sciences humaines, géographie du territoire, sociologie et économie].

Galvaudé au cours des dernières années par la politologie et l'informatique, le terme de réseau dont la signification diffère en outre selon les disciplines est une notion-clé qui apporte un éclairage sur les chaînes de relations entre négociants qui se déploient, structurent l'espace marchand, et dépassant le seul cadre économique par l'intégration de

[38] MUSSO, P. [2003]. *Réseaux et société*, Paris, PUF, p.17.

données sociales et culturelles. Afin d'élucider l'ethnicisation du commerce, nous pensons que le concept de « réseaux marchands » devrait permettre d'apprécier les liens de solidarité et les logiques systémiques. Par-delà, ces réseaux marchands constituent un domaine d'étude appropriée des circuits commerciaux et qu'ils contribuent à mieux faire comprendre l'organisation des commerces spécialisés et spatialisés.

La définition du concept de réseau marchand nous invite rechercher comment s'opèrent les contacts entre les divers stades commerciaux ; à établir s'il y a coopération interculturelle entre ces différents réseaux commerçants ou pas [concurrence]. C'est en cela qu'il est sans doute, important de conjuguer les ressources de l'anthropologie [l'étude de la famille, du clan, de la parenté étendue], et celles de l'économie [hiérarchie des circuits de l'échange et ceux du financement].

Après avoir fixé le cadrage théorique de la recherche, voyons à présent le cadre méthodologique dans lequel s'opère la recherche.

1.6 Méthodologie

Par méthodologie, nous entendons l'ensemble des moyens que nous mettons en œuvre, la démarche que nous suivons, le cheminement que nous empruntons pour atteindre un résultat, un objectif donné. Ce faisant, nous avons défini notre méthodologie autour des trois principaux axes:

→ Recherche documentaire ;

→ Travail de terrain ;

→ Analyse de données.

a) Recherches documentaires

"Le Conte, c'est le trésor et l'héritage des savoirs que nous avons dans nos esprits. Il nous renseigne et guide pour dire, tous les jours, un mot". Sagesse Africaine.[39]

[39] La tradition orale Africaine a légué un riche patrimoine de contes qui ont été retranscrits dans beaucoup de livres dont TUBIANA, M.-J. et TUBIANA, J. [2000]. *Conte Zaghawa du Tchad,* Tome I et II, recueillis, Paris, L'Harmattan; TOPAN, S. [2006]. *La queue de l'hippopotame. Conte du Tchad*, Contes et légendes des mondes.

Indispensable à toutes les étapes de la recherche, l'exploration de la documentation était l'un de nos axes du travail. C'est la source qui vient abreuver nos analyses.

Au niveau du Tchad, ce travail a conduit évidemment à explorer les documents existants. Comme souligné plus haut, le manque cruel de recherches sur le sujet au Tchad explique la carence des rares bibliothèques en fonds documentaires: CEFOD, CNAR, Centre Al-Mouna, Département de Géographie.Toutefois, un éventail d'ouvrages généraux et assez variés ont été triés et consultés. Il faut le noter, l'exploration des documents a été moins fructueuse au Tchad qu'en France où nous avons bénéficié des fonds des bibliothèques riches et variés. A ce niveau, il convient d'en citer quelques uns : Fonds documentaire du Laboratoire *Ailleurs*, Pôle doc et Bibliothèque université à Rouen, Documentation Regards d'ADES à Bordeaux. Aussi, l'internet offre une possibilité énorme pour les chercheurs grâce aux nombreuses gammes des documents en ligne. Il était donc fructueux d'en citer quelques sites [via moteur *Google*], du moins, les plus usités : Cairn, Calendar et certains sites de publications spécialisées...

Il s'agissait de recenser et d'explorer les ouvrages qui se rapportent au thème. A ce niveau, nous aurons tout d'abord à identifier les ouvrages généraux et spécifiques sur le thème puis procéder à leur exploitation méthodique afin d'en dégager une théorie de l'espace marchand [en particulier tchadien]. Cette exploration documentaire nous a permis d'élaborer des fiches bibliographiques. Elle nous a été primordiale à la préparation de nos différentes missions de terrain. Et ce travail se poursuivra tout au long de la rédaction jusqu'à la soutenance.

b) Le travail de terrain

Etant donné que la ville de N'Djamena est construite sur des attaches rurales, l'approche historique s'avère vraiment indispensable afin de restituer son cadre général. Comment aborder cette recherche sur un terrain aussi complexe que la ville, et surtout une ville mosaïque comme N'Djamena ? La réponse à cette question, va naturellement nous conduire à mettre sur pied un dispositif méthodologique dont les outils de travail sont essentiels.

Le travail de terrain a été organisé autour des missions de terrain qui sont subdivisées en plusieurs phases de missions de travail au Tchad. Ces travaux ont débuté en janvier 2009 et pris fin en décembre 2011. Chaque phase de mission correspond à un objectif particulier :

✓ La première phase consacrée à la recherche documentaire et identification des activités spécialisées et des groupes ethniques qui les pratiquent d'où la spatialisation du commerce à N'Djamena ; c'est la phase de la pré-enquête.

✓ La deuxième phase combine l'enquête, l'observation participante et la recherche documentaire ; l'enquête à proprement parler.

✓ La troisième [dernière] phase consiste à la vérification, par la post-enquête et l'observation participante, des informations recueillies.

L'enquête de terrain nécessite une préparation minutieuse [sa faisabilité, les contraintes matérielles, financières et psychologiques]. La grille d'observation et le guide d'entretien ont été mis à l'épreuve par comparaison avec d'autres outils déjà passés.

Si l'anthropologie de l'espace ou la géographie sociale et culturelle se veut qualitative, il est de même indispensable que sa méthode soit, elle aussi, qualitative. La démarche générale empruntée pour mes missions de terrain est essentiellement de type qualitatif quand bien même nous ayons recouru quelque peu au questionnaire [c'est un questionnaire mixte]. La méthode qualitative [par immersion dans le terrain] nous semble mieux adaptée.

Cette préférence donnée à l'enquête qualitative m'a conduit à recourir abondamment à la biographie, comme méthode[40], car cela me parait utile pour étudier les groupes ethniques et surtout le processus d'ethnicisation. L'avantage de cette méthode est qu'elle permet de replacer ces communautés étudiées dans une perspective historique qui aboutit à deux analyses : approche diachronique aidant à placer dans un processus d'évolution l'ethnicisation et les groupes ethniques qui y sont impliqués; approche synchronique permettant de saisir le phénomène comme système localisé.

Le caractère qualitatif tient en grande partie à l'approche participante, c'est-à-dire une étude par séjours d'immersion dans le milieu. Car, sympathiser avec l'objet d'étude sur un terrain familier pour cerner, dans ses divers aspects [même singulier] le phénomène, nous paraît d'importance capitale. Il nous a paru indispensable de conduire cette enquête basée sur des entretiens à l'aide du guide d'entretien. Cet outil, aussi indispensable que le questionnaire dans ce genre d'enquête, permet au chercheur d'éviter le biais des informations. Dans une telle étude, le questionnaire est de moindre importance comme le

[40] DJAMA, M. *op, cit.*

souligne Amselle : « le sociologue qui aurait la malencontreuse idée de vouloir effectuer une telle enquête à l'aide d'un questionnaire aurait toutes les chances d'essuyer un refus catégorique de la part des intéressés ou de recueillir des renseignements totalement erronés »[41]. On le sait, les commerçants en Afrique et en particulier au Tchad sont à l'aise dans un entretien amical.

Pour la sélection des personnes à enquêter, nous avons utilisé la technique sélective. Cette technique inventée et expérimentée lors de notre première mission de terrain a été très fructueuse. Elle consiste, à travers une pré-enquête, à identifier dans le groupe cible les personnes potentiellement censées détenir et donner [exactement] les informations recherchées. Dans toutes les sociétés, pour une raison ou une autre, il est des personnes très réservées. Comme Denis Retaillé avait l'habitude de nous dire : *«* il vaut mieux enquêter 10 personnes pourvues d'informations escomptées que d'en enquêter 100 qui n'ont rien à dire que ce que l'on sait déjà ». Ceci met en évidence la vertu méthodique de cette technique dans l'économie de l'énergie et le gain de temps.

Au commencement, une batterie de 320 entretiens a pu être réalisée. Comme l'indique le tableau ci-dessous, l'échantillon a été choisi suivant les orientations méthodologiques. Les catégories des personnes enquêtées répondent à la problématique du sujet. En travaillant sur un tel sujet, il est tout aussi logique que les personnes sélectionnées soient celles concernées par l'étude. Mais devant la difficulté d'interroger tout ce monde, il est donc souhaitable d'en extraire une partie et d'en faire l'échantillon afin de collecter des données sur l'enquête de terrain. Le choix de ces groupes de personnes, qu'il convient d'appeler personnes-ressources, tient d'abord à leurs rôle et place dans les activités spécialisées par groupes ethniques ; ensuite à leur capital d'information sur le sujet. Bien que nous ayons travaillé sur un thème incluant l'économie nationale, nous n'avons pas estimé nécessaire de retenir dans l'échantillon, les catégories socioprofessionnelles [variable jugée, à notre avis, marginale]. Ainsi, dans le tableau ci-dessous, nous avons constitué notre échantillon de quatre groupes sociaux d'après un schéma préalable d'identification empirique.

[41]AMSELLE, J.-L. *op, cit.*

Tableau 2: échantillon de la population étudiée.

Catégories enquêtées	Nombre	Outils
Agents publics	20	▪ GE sans Biographie
Barmans	50	▪ FQGE – Biographie
Consommateurs	70 Personnes sélectionnées aléatoirement en ville ou devant les commerces.	▪ GE sans Biographie
Epiciers ouaddaïens	50	▪ FQGE – Biographie
Fripiers	20	▪ FQGE - Biographie
Quincailliers Kréda	50	▪ FQGE - Biographie
Vendeurs de lait	20	▪ FQGE - Biographie
Vendeuses de Légumes	20	▪ FQGE - Biographie
Vendeuses de poissons	20	▪ FQGE - Biographie
Total	**320**	

GE =guided'entretien sansou avec biographie. F=Fiche d'observation. Q = questionnaire.

A la lumière de ce tableau ci-dessus, on peut ressortir un échantillon composé de 230 commerçants [20 vendeurs de lait, 20 vendeuses de poissons, 20 fripiers, 20 vendeuses de légumes, 50 quincailliers, 50 épiciers et 50 barmans], 70 consommateurs et 20 agents municipaux. Au total, 320 personnes sont choisies selon les variables d'âge, de sexe, de

langue [origine ethnique], de statut social et le type d'activité. Le choix de ces variables s'explique par l'importance de chacune et la variabilité de l'information. La technique utilisée est celle de l'interview directe qui met l'enquêteur face à la personne enquêtée. Cette technique nous a paru nécessaire et plus pratique afin d'éviter des non réponses/ mauvaises réponses que pourrait engendrer la distribution d'un questionnaire. Cette technique combine donc l'interview du type journalistique et la conversation amicale basée sur la confiance. Car, la confiance, est l'une des clés de la réussite des enquêtes en Afrique. Elle passe d'abord par la maîtrise de la langue de son interlocuteur [voire certains de ses traits personnels]. C'est ici qu'il convient de rappeler que le fait de parler la même langue [arabe et/ou le français qui sont courants à N'Djamena] a été un atout majeur pour nous car il rend la conversation enthousiaste et amicale. Comme pour toute enquête, le chercheur est muni d'un canevas appelé guide d'entretien, presque maîtrisé par cœur. Nous avons utilisé, à cet effet, le guide d'entretien contenant des questions ouvertes, utiles pour recueillir les discours et représentations.

La ville de N'Djamena a été notre terrain de travail privilégié, car, toutes les couches de populations y vivent. Le choix des enquêtés se fera aléatoirement dans les groupes-cibles au sein des quotas prédéterminés. Les données statistiques sur la population du Tchad et de la zone d'étude [N'Djamena], existant à l'Inseed nous ont beaucoup aidé. Mais, faut-il le rappeler, notre échantillon [voir le tableau ci-dessus] est très sélectif c'est-à-dire limité au choix des informateurs potentiels du fait de leur rôle et de leur place dans le commerce. Cela est d'autant plus nécessaire au regard du gain de temps et de la confiance à établir dans ce domaine sensible. Cette prudence nous a permis de gagner du temps dans la collecte des données.

Il nous a apparu indispensable de pénétrer la réalité du milieu par l'observation du milieu d'étude. En plus de résider à N'Djamena, le travail de terrain par immersion afin de vivre les réalités du milieu nous a offert un grand avantage, celui de pénétrer au cœur du phénomène de l'ethnicisation du commerce. Ce qui nous amené à nouer des relations très amicales avec les commerçants. Par exemple, avec Mahamat, propriétaire d'une quincaillerie où nous sommes devenus des amis intimes à la suite de mon passage régulier dans sa quincaillerie pour me procurer des matériaux de construction. Profitant de cette amitié, nous étions en contact avec tous les quincailliers de N'Djamena que Mahamat connaît parfaitement, car de même origine ethnique et évoluant en réseaux : tous les quincailliers se connaissent. Cette relation similaire

a été entretenue avec les boutiquiers Ouaddaïens [difficiles à pénétrer] et les barmans Sara et Banana.

En fait, la méthode consiste à se familiariser avec le milieu et à décrire par l'observation empirique, dans leurs moindres détails, tous les aspects sous-jacents du phénomène de commerce ethnique. Il s'agissait d'observer les espaces marchands. On entend par espaces marchands l'ensemble de tous les lieux où commercent les gens de diverses origines sociales, ethniques et géographiques. Dans le cas de N'Djamena, l'espace marchand concerne les marchés publics, les boutiques de quartiers, les quincailleries de quartier, les stands, les kiosques, les lieux de rencontre avec un ambulant, les bars, alimentations, buvettes, cabarets, les Night Club, les Auberges, les boucheries, les lieux de grillade, etc. Déjà, les termes « participante ou participative » invitent le chercheur pour connaître, savoir et apprendre, à se déguiser en consommateur. Ainsi, nous avons été amenés à passer pour un client. Tout au long de l'enquête de terrain, les recherches au Tchad se sont inspirées de cette méthode dont la valeur est mesurable. Cet élan va nous permettre de décrire empiriquement les différents espaces marchands, milieux très imbriqués d'activités et d'interactions sociales. Nous avons disposé, à cet effet, de 100 fiches servant de grille d'observation [voir en annexe].Les observations et entretiens auprès de ces différents groupes sociaux [commerçants de N'Djamena, consommateurs, différents autres acteurs du commerce et ainsi que les personnes ressources] doivent évidemment nous aider à produire un tableau général qui synthétise les différentes activités spécialisées par des groupes ethniques à N'Djamena. En combinant à la fois l'enquête de terrain à l'aide de questionnaires et guide d'entretien et l'observation participante, nous arrivons à collecter et rassembler autant de données dont le traitement va s'opérer selon une méthode appropriée.

c) Des données à l'analyse.

Les données collectées sur l'ensemble de nos missions de terrain sont enregistrées et codifiées sous deux grands registres :

- Données textuelles;
- Données iconographiques.

Les données textuelles sont composées des fiches bibliographiques, des polycopies, des commentaires et notes, des guides d'entretiens et grilles d'observation remplis. Tandis que les données iconographiques concernent les graphiques, fonds de cartes, photos, croquis, etc.

Pour l'analyse de données nous avons orienté notre travail sous deux angles méthodologiques. Il s'agit de l'analyse statistique et de l'analyse de contenu.

Avec le progrès de la technologie, le dépouillement et l'analyse statistique sont devenus de nos jours aisés par l'usage des ordinateurs. A cet effet, des logiciels tels que STATlab et Tanagra sont très utilisés pour le traitement des données [tableaux et graphiques]. Ces outils sont, pour les géographes que nous sommes, d'une importance capitale et permettent de présenter formellement des données quantitatives. Les autres logiciels comme *Adobe*, *Mapinfo, Philcarto* ont été aussi indispensables pour la production et la manipulation des cartes. L'ensemble des cartes produites est la résultante de ce souci technologique ; la rédaction d'un mémoire de thèse en géographie comprend obligatoirement une illustration cartographique ! Le sujet s'y prête admirablement par la variation des échelles [marchés tchadiens, N'Djamena], la variation des métriques [territoires et réseaux] pour l'expression d'une réalité unique : l'identité et sa construction. Un soin tout particulier a été donné à cette illustration dont les images stéréotypées peuvent être pour beaucoup dans la constitution d'une réalité fausse.

Pour l'analyse de contenu, il s'agit de croiser les variables aux discours et aux représentations des acteurs du commerce au Tchad, en particulier à N'Djamena, en les rapportant aux traits économiques, sociaux, culturels et politiques des groupes humains [l'analyse du discours avec l'étude de biographie aidant]. Car c'est ici que nous aurons à rendre vivants et intelligibles les témoignages rapportés du terrain. A ce niveau, la méthode comparative sera largement utilisée dans ce travail. L'analyse des données et surtout celle du discours ne peut se réduire à une simple juxtaposition des extraits, mais elle consiste en la mise en relation des faits et pratiques orientée par des considérations [une approche] essentiellement critiques : c'est là notre contribution, aussi modeste soit-elle !

De l'indice d'ethnicité

- Base du raisonnement:

Dans une branche de commerce(x), l'indice d'ethnicité (ie) égale au nombre de commerçants d'un groupe ethnique (n_1) sur le nombre total des divers commerçants (n) multiplier par cent (100). Si (ie) est supérieure ou égale à 50, la branche(x) est ethnique ou ethnicisée. Si (ie) est supérieure ou égale à 75, la branche(x) est très ethnique ou très ethnicisée.

Formule étant :

$$i^e = \frac{n1}{n} x100$$

Par application

Exemple :

Pour le commerce des quincailleries nommé *x* et le nombre des Goranes, $n_1 = 490$ et le nombre total des quincailliers, n = 526.

Ou, $i^e = \frac{490}{526} x100 = 0{,}93x100 = 93\%$

$i^e > 75$, donc le commerce de quincailleries est très ethnicisé par les Goranes.

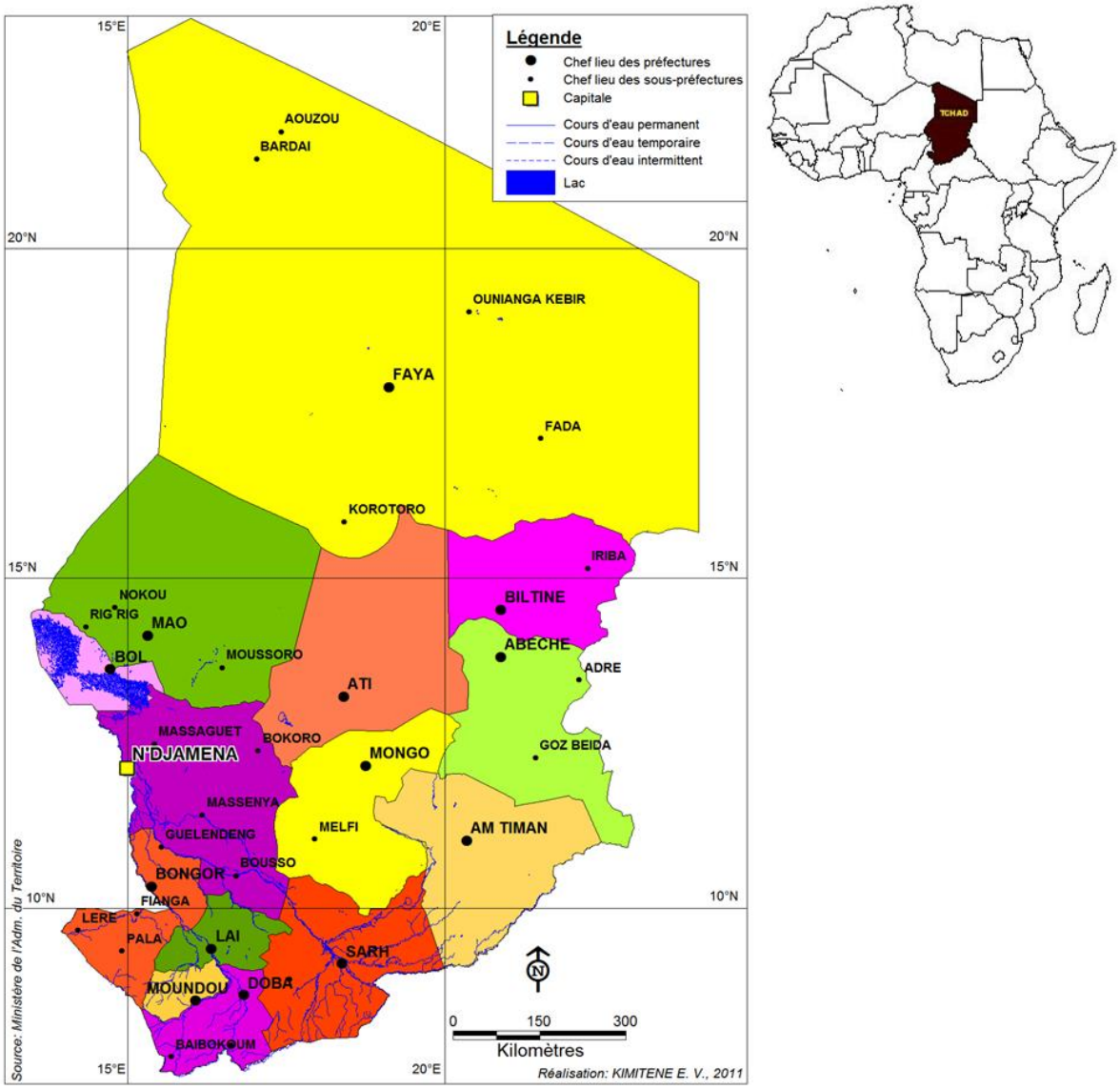
Cette recherche s'est déroulée dans un cadre géographique précis : à N'Djamena au Tchad. Il est donc important de présenter ce cadre afin de comprendre le contexte du sujet ainsi que l'analyse.

Chapitre 2 : Le Tchad

2.1. Géographie générale

A l'est de la charnière sahélienne, le Tchad partage avec les Etats de la zone une configuration qui se retrouve aussi pour le voisin de l'est, le Soudan (si on le prend dans son unité). La séparation de ce dernier en deux entités est d'ailleurs significative des problèmes géopolitiques internes qu'ont partagés ces Etats.

Carte 1 : principales villes du Tchad



Le découpage en circonscriptions de plus en plus vastes du sud au nord en est une autre marque. La densité de l'occupation de l'espace diminue selon ce gradient, fait

géographique renforcé par des oppositions marquées entre les peuplements qui touchent aussi bien ce que l'on appelait autrefois la « race » que les « genres de vie ». Malgré d'anciennes routes qui associaient les régions, l'opposition du Nord et du Sud s'est cristallisée après la décolonisation, et dans une moindre mesure de l'Ouest et de l'Est. Chacun des grands orients a d'ailleurs été le siège de constructions politiques précoloniales que nous verrons plus bas. Mais c'est l'opposition nord-sud qui est la plus marquante, appuyée sur un contraste climatique qui a été pris longtemps comme le facteur explicatif majeur de la géographie humaine. Le tracé des circonscriptions administratives enregistre une part de cette histoire géographique.

L'organisation administrative et territoriale[42] consiste à découper un territoire en petites unités administratives. Le Tchad depuis son indépendance en 1960, a connu plusieurs réformes administratives suivies de découpages territoriaux. Deux grands découpages marquent l'histoire administrative du Tchad.

A partir de ce tableau ci-dessous, on peut regrouper les quatorze divisions administratives en quatre zones géographiques: au nord nous avons le grand Borkou-Ennedi-Tibesti. A l'est se trouvent le Biltine, le Ouaddaï et le Salamat. Au centre figurent le Batha, le Guéra et le Chari-Baguirmi. A l'ouest, il y a le Kanem et Lac. Le sud, regroupe le Moyen-Chari, le Logone Occidental, le Logone Oriental, le Mayo-Kebbi et la Tandjilé [voir la carte n°3]. La ville de N'Djamena constitue une région régie par un statut spécial qui fait d'elle le chef-lieu du Chari-Baguirmi et une entité administrative à part entière. Chacune de ces préfectures est administrée par une autorité de l'Etat appelée préfet; une préfecture comprend plusieurs sous-préfectures administrées par des sous-préfets.

Depuis le 19 février 2008, un nouveau décret crée les 22 régions, marquant le démembrement de la région Borkou-Ennedi-Tibesti en trois entités distinctes, et la création de Dar-Sila par division de la région Ouaddaï, et de Barh El Gazel par division de la région Kanem.

[42] LANNE, B. [1995]. *Répertoire de l'administration territoriale du Tchad [1900-1994]*, Paris, L'Harmattan.

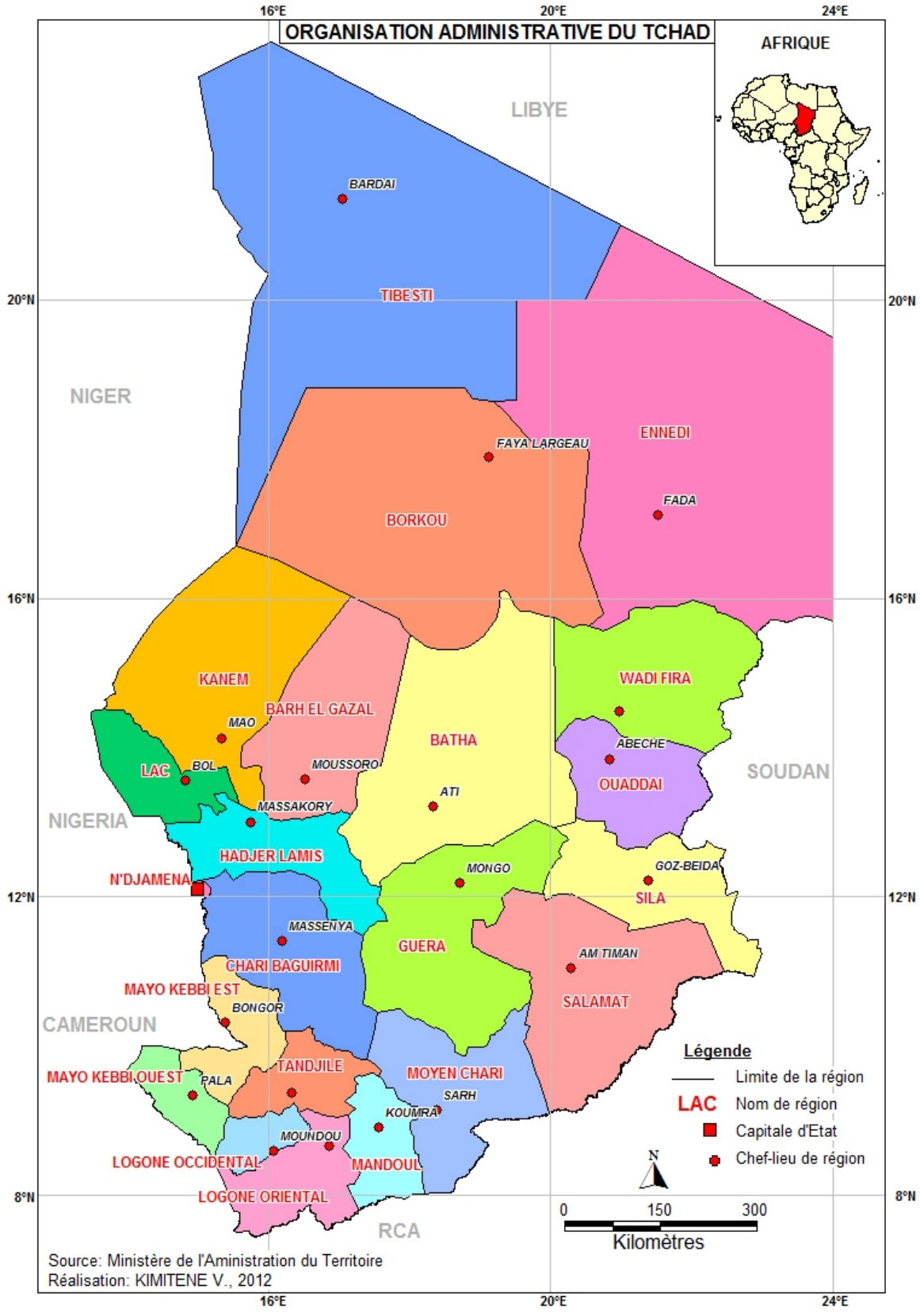
Tableau 3 : les grandes villes du Tchad.

Préfectures	Villes principales	Sous-préfectures
Batha	Ati	Ati, Oum Hadjer, Djedda
Biltine	Biltine	Biltine, Gueréda, Iriba, Am Zoer, Arada
Borkou-Ennedi-Tibesti	Faya-Largeau	Bardaï, Fada, Faya-Largeau, Zouar
Chari-Baguirmi	N'Djamena	N'Djamena, Bokoro, Bousso, Massakori, Massénya, Massaguet.
Guéra	Mongo	Mongo, Bitkine, Mangalmé, Melfi
Kanem	Mao	Mao, Moussoro, Nokou
Lac	Bol	Bol, Bagassola, Liwa, Ngouri
Logone Occidental	Moundou	Moundou, Bénoye, Beinamar
Logone Oriental	Doba	Doba, Baïbokoum, Bebidja, Goré
Mayo-Kebbi	Bongor	Bongor, Fianga, Gounou Gaya, Léré, Pala
Moyen-Chari	Sarh	Sarh, Koumra, Kyabé, Maro, Moïssala,
Ouaddaï	Abéché	Abéché, Adré, Am-Dam, Goz-Beida
Salamat	Am-Timan	Am-Timan, Aboudeia, Haraze Mangueigne.
Tandjilé	Laï	Laï, Kélo, Béré.

Tableau 4 : les 22 régions du Tchad

Régions	Chef-lieu	Départements
Batha	Ati	Batha Est, Batha Ouest, Fitri
Chari-Baguirmi	Massénya	Baguirmi, Chari, Loug Chari
Hadjer-Lamis	Massakori	Dababa, Dagana, Haraze Al Biar
Wadi Fira	Biltine	Biltine, Dar Tama, Kobé
Barh El Gazel	Moussoro	Barh El Gazel Nord, Barh El Gazel Sud
Borkou	Faya-Largeau	Borkou, Borkou Yala
Ennedi	Fada	Ennedi, Wadi Hawar
Guéra	Mongo	Barh Signaka, Guéra, Abtouyour, Mangalmé
Kanem	Mao	Nord Kanem, Kanem, Wadi Bissam
Lac	Bol	Mamdi, Wayi
Logone Occidental	Moundou	Dodjé, Lac Wey, Ngourkosso, Guéni
Logone Oriental	Doba	Nya Pendé, Pendé, Monts de Lam, Nya, Kouh-Est, Kouh-Ouest ;
Mandoul	Koumra	Barh Sara, Mandoul Occidental, Mandoul Oriental
Mayo-Kebbi Est	Bongor	Mayo-Boneye, Kabia, Mont d'Illi, Mayo-Lémié
Mayo-Kebbi Ouest	Pala	Lac Léré, Mayo-Dallah
Moyen-Chari	Sarh	Barh Kôh, Grande Sido, Lac Iro
Ouaddaï	Abéché	Abdi, Assoungha, Ouara
Salamat	Am-Timan	Aboudeia, Barh Azoum, Haraze Mangueigne
Sila	Goz-Beida	Kimiti, Djourouf Al Ahmar
Tandjilé	Laï	Tandjilé Est, Tandjilé Ouest
Tibesti	Bardaï	Tibesti Est, Tibesti Ouest
Ville de N'Djamena*	**N'Djamena**	**10 arrondissements municipaux**

Carte 3 : les 22 régions



Le contraste climatique est souvent appelé comme explication de la nécessaire diversité voir de l'antagonisme régional au Tchad. Le climat y est déterminé par deux masses d'air : la masse d'air saharienne avec l'harmattan, chaud et sec, qui amène des vents en provenance du Sahara et une masse d'air maritime, équatoriale, humide et fraîche, qui amène des vents du sud-ouest. Les précipitations annuelles sont inégalement réparties. On distingue trois zones climatiques : le désert au nord qui reçoit moins de 250 mm de pluie, le sahel au centre enregistre entre 200 à 500 mm de pluie et la zone tropicale semi-humide au sud reçoit entre 800 mm et 1200 mm de pluie. Ces données géographiques font du Tchad un pays continental partagé entre le Sahara et les pays équatoriaux. Le pays est ainsi situé autour de la charnière sahélienne dominée par le climat sahélien et soudanien, domaine de l'agriculture et de l'élevage par excellence. Ce qui place géographiquement le Tchad dans une économie sahélienne [Retaillé ; Walther, 2008 :13] organisée par la complémentarité et la nécessité de l'échange intérieur entre des régions fortement différenciées du point de vue de la production. L'ensemble territorial est d'ailleurs inscrit dans une topographie en cuvette à la petite échelle qui fait converger les pentes générales vers l'alignement des lacs de la charnière sahélienne.

La topographie est généralement plate, l'altitude allant en augmentation vers le nord et l'est. Le point culminant est l'Emi Koussi, dans le massif du Tibesti, au nord du pays. À l'est, les hauts plateaux de l'Ennedi et du Ouaddaï descendent en pente douce vers le lac Tchad. Au centre, les plateaux du Guera atteignent 1.500 mètres. Le Tchad a la forme d'une cuvette dont l'altitude minimale est la dépression de Djourab : 160 m et l'altitude maximale est Emi Koussi : 3'415 m.

Le Tchad comprend donc trois zones bioclimatiques : au nord, dans le désert du Sahara, là où les précipitations annuelles sont inférieures à 200 mm, la population est largement nomade, avec des troupeaux composés principalement de chameaux et de petits ruminants. La zone centrale correspond à la bande sahélienne, reçoit entre 200 et 600 mm de précipitations par année et la végétation varie entre la steppe et la savane. Pasteurs nomades et paysans sédentaires s'y mêlent. Le sud reçoit de 800 à 1200 mm de précipitations annuelles, la végétation y va de la savane à la forêt tropicale. Dans le sud-ouest, les précipitations peuvent atteindre 1200 mm par année. C'est le domaine de l'agriculture et même de l'agriculture de rente que la colonisation a fortement favorisé. Comme tous les pays « sahéliens », le Tchad a été touchée par la grande sécheresse des années 70 et 80 qui a été l'occasion d'enregistrer une poussée des « nomades » vers le sud et un phénomène de sédentarisation sensible en ville.

N’Djamena, a été plus particulièrement concernée du fait de sa position capitale et des autres événements, politiques ceux-là, qui ont concerné la même période, non sans lien.

Mais, à la différence des Etats sahéliens, et sans compter les marais des fleuves, le Tchad présente une originalité avec la véritable mer intérieure que représente ou représentait le lac. Le lac Tchad est le deuxième plus grand lac d’Afrique et abrite environ 120 espèces de poissons et autant d’espèces d’oiseaux, constituant une ressource contrastant avec l’étendue désertique. Malheureusement, l’irrigation intensive et la diminution des précipitations ont considérablement réduit la surface du lac qui est tombée de 25.000 km² en 1960 à 13000 km² en eau en 2006(données de NASA). Les grands fleuves qui baignent le pays sur une courte distance (Logone et Chari qui viennent de Centrafrique) et la Pendé du Cameroun alimentent le lac mais leurs apports ne suffisent plus. Les autres lacs Fitri, Iro, Léré sont également touchés. L’eau, malgré la descente loin en latitude du territoire tchadien est bien une question cruciale qui intervient dans le problème géopolitique interne.

La hauteur d'eau annuelle moyenne des précipitations est de 322 mm, soit pour une superficie de 1.284.000 kilomètres carrés, un volume de précipitations annuelles de 413,45 kilomètres cubes [contre 477,99 km³ en France métropolitaine]. De ce volume d’eau, l'évaporation par transpiration et les infiltrations d’eau consomment quelques 400 km³. Il reste donc 13,5 kilomètres cubes de ressources d'eau superficielle produites sur le territoire du pays [en interne]. De plus une quantité renouvelable de 1,5 kilomètre cubes d'eau souterraine est produite chaque année, à l’interne du pays.

A ces ressources de 15 km³ produites en interne, il faut ajouter 28 kilomètres cubes d'eau produits à l'étranger et qui font partie des ressources utilisables dans le pays, une fois la frontière franchie. Il s'agit avant tout du débit apporté de la République Centrafricaine par le Chari et ses affluents tels le Bahr Sara, mais aussi en provenance du Cameroun par le Logone. Compte tenu de ces apports, les ressources totales en eau du pays se montent annuellement à quelques 43 kilomètres cubes [43 milliards de m³], soit pour une population estimée à 12 millions d'habitants en 2008, plus de 3.500 m³ d'eau par habitant. A noter qu'une quantité de plus ou moins 4 kilomètres cubes quitte annuellement le territoire vers le Cameroun voisin : il s'agit des eaux de la portion tchadienne du bassin de la Bénoué.

Cette ressource qui n’est pas négligeable est bien sûr très inégalement répartie. Le contraste tchadien lui est d’abord lié. Si l’agriculture sous pluie sans risque de sécheresse et la possibilité de l’irrigation marque bien la différence avec l’incertitude climatique qui règne

dans la zone sahélienne et l'aridité du nord bien sûr, ce n'est pas pour autant que l'urbanisation transforme le problème de l'accès à l'eau.

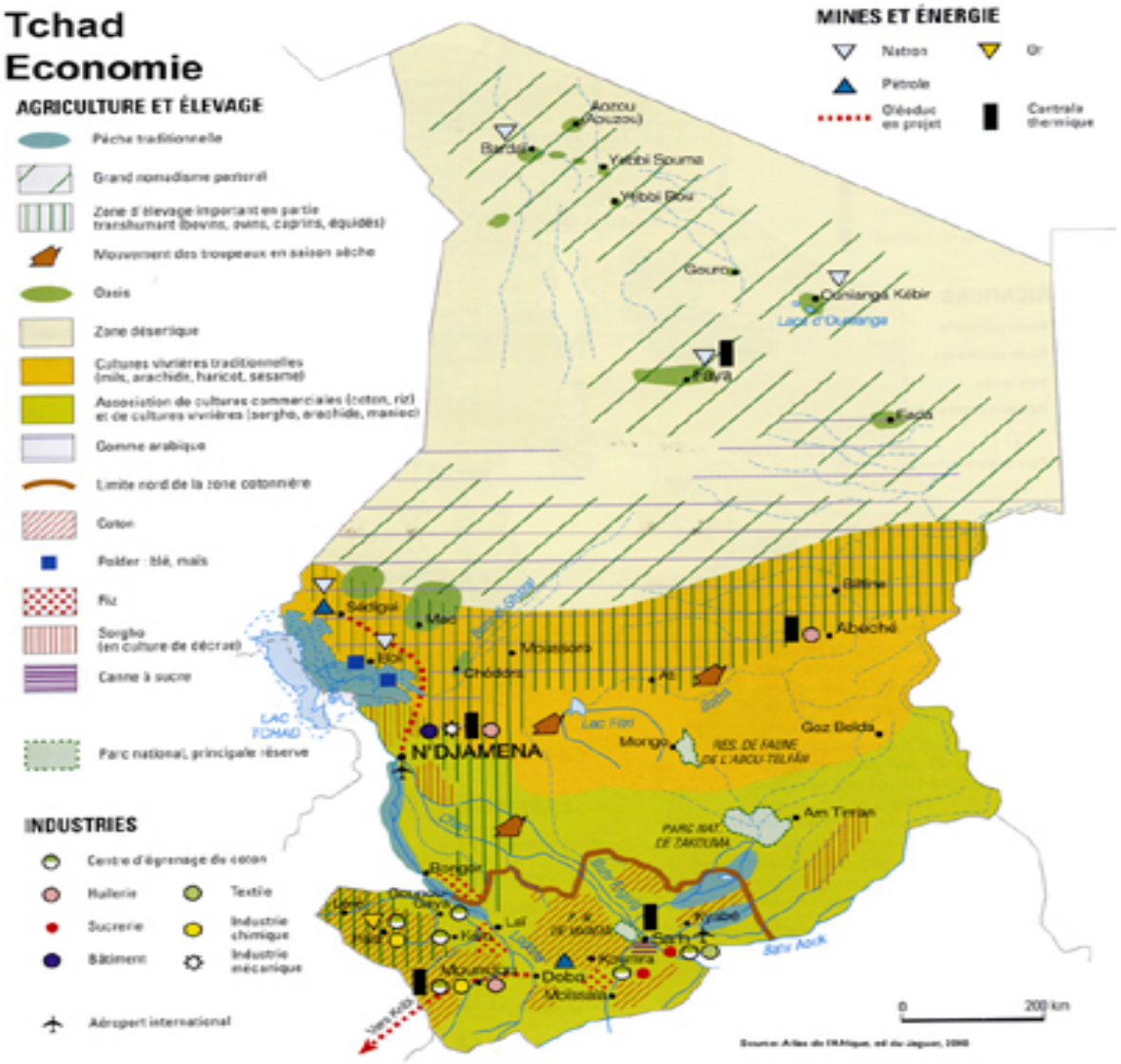
Le taux d'approvisionnement en eau potable dans les villes tchadiennes est inférieur à 40%. Par exemple, à N'Djamena, capitale du Tchad, seuls l'aéroport et la zone du palais présidentiel sont équipés de manière maximale, le reste de la ville est soumis aux délestages sauvages et de façon intempestive. Dans les milieux ruraux, seuls 32 % de la population ont accès à l'eau potable. L'agriculture est bien évidemment la plus grosse consommatrice d'eau [190 millions de m3/an] avec les difficultés que l'on peut imaginer face aux aléas des pluies et aux nombreuses sécheresses. Les usages domestiques viennent ensuite avec 40 millions de m3/an. Les estimations réalisées font état que l'agriculture restera la principale consommatrice d'eau jusque dans les années 2020.

2.2. Aspects économiques

Le Tchad est considéré comme l'un des pays pauvres du monde [classé 171e sur 176] avec un revenu annuel par habitants de 350 $ US en 2006 et de 826 dollars pétrole inclus. Le PNUD en s'appuyant sur les chiffres de 2004 prenant en compte la production pétrolière, classe le Tchad au rang de 133 sur les 177 pays, en termes de PIB[43]. Depuis longtemps l'économie du Tchad est dominée par l'agriculture et l'élevage qui restent très dépendants des fluctuations climatiques souvent défavorables. Dans le secteur agricole vient en tête le coton qui représente à lui seul près de 30 % du PIB national, derrière le brut du pétrole, en exportation depuis juillet 2003. Car, avec l'exploitation des réserves du bassin de Doba, le Tchad tire au total 2 milliards de dollars de bénéfices [avec plus de 225.000 barils/jour].

[43] Guides Econfinance[2006]. *le Tchad : le pays et son potentiel économique*, Groupe Jeune Afrique, CIDCOM, p.11.

Carte 4 : zones économiques du Tchad



En dépit de ressources naturelles considérables, le Tchad demeure un pays pauvre. Après avoir été organisée autour de l'autosubsistance locale [Kolandi, 2000], l'économie tchdienne s'est trouvée deux fois orientée brutalement vers l'exportation par la culture coloniale du coton puis, récemment par l'exploitation pétrolière, au sud également. La localisation méridionale de ces deux sources de richesse est aussi à mettre au compte de la tension bipolaire au sein de laquelle le pays vit.

a) Les secteurs clés de l'économie tchadienne

L'agriculture et l'élevage occupent plus de 80% de la population active, soit 22,6% du PIB. Les principales cultures vivrières sont le sorgho, le mil et l'arachide tandis que le coton, la canne à sucre, la gomme arabique et le tabac sont cultivés à des fins de rente. Le bétail constitué de bovins, de chèvres, de moutons, de chameaux, est lui aussi en partie destiné à l'exportation.

Les exportations constituent la mamelle de cette économie. En Afrique, le Cameroun et le Nigeria sont les principaux débouchés des productions tchadiennes. Tandis qu'en Europe, la France, l'Allemagne et le Portugal sont ses premiers clients. Avant l'exploitation des réserves pétrolières, le coton représentait 40% des exportations du pays. La réhabilitation de Cotontchad, la plus grande compagnie cotonnière nationale, a longtemps souffert de la chute des prix de la matière première. Les efforts du pays sont financés souvent par la France, les Pays-Bas, la Communauté économique européenne devenue Union européenne et la Banque internationale pour la reconstruction et le développement. Depuis les dernières décennies, les secteurs para-étatiques du pays ont connu de privatisations irrégulières [Bayart, 2003]. Au Tchad, les principaux produits d'exportation restent aujourd'hui : le coton et le pétrole.

La culture du coton introduite[44] vers la fin des années 1920 et rendue obligatoire par l'administration coloniale française, est l'un des leviers économiques du pays. Plus de 2 millions des tchadiens vivent de cette culture. Et chaque année le coton rapporte près de 45 milliards de francs CFA aux paysans [soit 69 millions d'euros]. La Société en charge de la production et de l'exploitation du coton au Tchad est la Cotontchad. D'abord, Cotonfranc sous la colonisation française, puis Cotontchad en 1971, la Cotontchad présente aujourd'hui un capital de 4,25 milliards de francs CFA [6,4 millions d'euros]. Dans le tableau ci-dessous, quelques chiffres peuvent être donnés.

[44] KIMITENE, E.V. [2008] *Stratégies paysannes en zones cotonnières du Tchad. Discours, représentations et actions des habitants de Komé à Doba*, Mémoire de Master 2 Recherche [sous la direction de Denis Retaillé], Université de Rouen.

Tableau 5 : production et prix d'achat du coton aux producteurs.

Année	2003	2004	2005	2006
Coton-graine [milliers de tonnes]	102,2	207,6	182,0	152,0
Prix d'achat [FCFA/Kg]	160,0	190,0	163,0	160,0

Source : Mémoire, KIMITENE, 2008

Depuis une décennie, l'exploitation pétrolière a totalement transformé l'économie tchadienne sans que cela se ressente encore dans les indices de développement. Le coton est surpassé mais les retombées sur l'économie générale se font attendre. L'exploitation des champs pétroliers de Doba au Tchad est un projet qui a été approuvé le 6 juin 1999 par le conseil d'administration de la Banque mondiale; elle s'appuie le forage de 300 puits et la construction d'un pipeline de plus de 1070 km qui évacue vers le terminal camerounais de Kribi le brut extrait des champs de Doba [Komé, Miandoum et Bobo]. Selon les estimations actuelles le Tchad exploitera pendant vingt-cinq années et devrait encaisser plus de 2 milliards de dollars américains de bénéfices. En juillet 2003, le premier brut tchadien, estimé à 1,8 millions de tonnes, a été exporté à partir du terminal Camerounais de Kribi. Selon les chiffres produits par BEAC en 2006, le Tchad a empoché près de 545 milliards F CFA.

Tableau 6 : recettes pétrolières [en milliards CFA]

Années	2004	2005	2006	2009
Recettes totales	79	130	336	214

©BEAC, 2009.

Les autres produits d'exportation sont la gomme arabique ainsi que des animaux d'élevage et du poisson fumé et séché avec ses voisins directs [Nigeria, Cameroun et Soudan]. La

vente du bétail demeure malheureusement touchée par le trafic clandestin vers les pays voisins, ce qui constitue un grand manque à gagner mais signale aussi la faible réalité des frontières « sur le terrain ».

2.3. Aspects historiques.

Ce résumé géographique présenté selon les catégories habituelles de l'accumulation d'informations localisées pose s'inscrit le contraste sans cesse souligné qui nuit aux unités nationales des pays sahéliens. Pourtant l'histoire de cet espace n'est pas aussi caricaturale et, dans le sujet de l'ethnicisation du commerce qui reste notre question, c'est l'ethnicisation des populations en général et au cours de l'histoire ancienne ou récente qui constitue un autre cadre plus subtil.

L'histoire politique du Tchad[45] peut se présenter en trois grandes périodes historiques : d'abord la période précoloniale, puis la période coloniale et ensuite la période post-coloniale.

a) La période précoloniale

L'espace aujourd'hui tchadien possède une préhistoire riche et relativement bien connue. Avec la découverte récente de « Toumaï »[46] [*anthropus tchadensis*], le Tchad est considéré aujourd'hui comme l'un des berceaux de l'Humanité. Plus près de nous, de nombreuses peintures et gravures rupestres découvertes dans le Tibesti et l'Ennedi témoignent d'une civilisation de pasteurs de bovidés dans le Nord avant l'assèchement du Sahara qui débute vers 4000 ans avant notre ère. Chassés du Sahara par la sécheresse, les populations se sont déplacées vers le sud pour vivre de la pêche et de l'agriculture en bordure du lac Tchad, provoquant ainsi des métissages et migrations. À partir du VIe siècle avant notre ère, les Sao, des peuples pasteurs venus de l'Est, se sont installés dans les montagnes de l'Ennedi et du Tibesti, au nord du pays.

Après une période obscure mal informée, le décryptage des différents récits historiques a permis de reconstituer les traces de plusieurs entités politiques anciennes. Ce sont des états qui ont souvent coexisté en entretenant entre eux des rapports de rivalité, de domination,

---

[45] CEFOD [2001]. *Histoire politique du Tchad : bibliographie chronologique. Troisième partie [1982-1990]*, Céfod, N'Djamena.

[46] Crâne d'un australopithèque ancien découvert dans les sables de Djourab en 2002 par *la mission paléoanthropologique Franco-tchadienne* dirigée par le Pr. Michel Brunet.

de suzeraineté ou d'alliance. Chacun a son histoire propre et ses caractéristiques. La nature du pouvoir et du chef n'est pas la même partout et selon les époques : chef religieux, chef politique et militaire. Certaines de ces formations sont très anciennes et ont un prolongement dans le Tchad d'aujourd'hui par les autorités traditionnelles [sultans, chefs traditionnels] qui coexistent avec les autorités administratives. Au nombre de ces états, il convient de citer trois grands royaumes qui ont rayonné au –delà du pays: le Kanem-Bornou, le Baguirmi et le Ouaddaï justement situé à la charnière sahélienne qui est la clé géohistorique du pays d'aujourd'hui.

L'empire du Kanem-Bornou

Vers 800 de l'ère conventionnelle, un peuple qui serait issu du métissage des populations du Sud et des populations du Nord, fonda en bordure nord-est du lac Tchad le royaume du Kanem. A l'origine, le royaume du Kanem est fondé par la dynastie Teda [Toubous, population noire originellement établie au Nord du Tibesti]. Sa capitale fut la ville de Ndjimi. Il atteignit son apogée avec Dounama Dibalami [1220-1259], qui l'étendit vers le Fezzan et le Nil et eut des relations avec les royaumes berbères, en particulier avec les Almohades. Il se développa grâce au contrôle du commerce saharien vers la Méditerranée et au trafic d'esclaves vers le Fezzan et Tripoli. Mais au XIVe siècle, l'empire de Kanem-Bornou fut affaibli par les raids successifs des Sao et des Boulala venus de l'est, ce qui contraignit son souverain à se réfugier au Bornou en 1380. Le royaume de Bornou réussit à reconquérir le Kanem au XVIe siècle, moment d'une deuxième apogée avec le règne d'Idriss Alaoma III [1580-1603] qui contrôle à nouveau le Fezzan le Ouaddaï et pousse au-delà vers le Nil. À partir du XVIIe siècle, le royaume du Bornou dut céder ses parties périphériques aux Touaregs du Nord-Ouest. Ce déclin favorisa l'apparition au nord-est de deux grands sultanats : les royaumes du Baguirmi et du Ouaddaï.

A la fin du XIXe siècle, la région est ravagée par le négrier soudanais Rabah qui s'impose comme le dernier sultan du royaume jusqu'aux expéditions françaises en 1900 qui prirent le contrôle du Tchad afin de relier ses possessions d'Afrique du Nord, du Centre et de l'Ouest.

Le royaume du Ouaddaï

Le royaume du Ouaddaï émergea au Darfour au XVIe siècle. Au début du siècle suivant, des clans de la région se rallièrent au Sultan Abdel Karim, qui renversa les Toundjour et

fit de Ouaddaï un sultanat islamique. Au cours du XVIIIe siècle, le royaume résista aux tentatives d'annexion du Darfour et vers 1800, le sultan Saboun commença à étendre son pouvoir. Une nouvelle route commerciale vers le nord fut ouverte et Saboun se mit à frapper sa propre monnaie. Il importa des armes et fit venir des conseillers militaires d'Afrique du Nord. Moins habiles, les successeurs de Saboun furent pris au piège par leurs voisins du Darfour qui profitèrent d'une dispute successorale pour placer au pouvoir leur proche Mohammed Sharif. Ce dernier se retourna cependant contre le Darfour et instaura son propre règne, ce qui lui permit de se faire accepter par les différents clans du Ouaddaï. Il étendit l'hégémonie du sultanat sur le royaume de Baguirmi et jusqu'au fleuve Chari, et résista aux colons français jusqu'en 1912. Le royaume du Ouaddaï subsiste de nos jours sous la forme de chefferie traditionnelle et entretient des relations plus ou moins stables avec les autorités administratives actuelles du Tchad.

Le royaume du Baguirmi

Le royaume du Baguirmi émergea au sud-est de Kanem-Bornou au XVIe siècle. Il adopta rapidement l'Islam et devint un sultanat à part entière avant d'être absorbé par l'empire Kanem-Bornou. Mais il recouvra relativement son indépendance au cours du XVIIe siècle. A nouveau, il fut annexé au milieu du XVIIIe par le royaume voisin du Ouaddaï : en déclin et sous la menace militaire du royaume du Ouaddaï, il finit par en accepter la tutelle dans l'espoir de mettre fin à des dissensions internes. Lorsque sa capitale Massénya fut brûlée en 1893, le sultan Mbang Gaourang demande et obtient le statut de protectorat auprès des autorités françaises. Comme les autres chefferies traditionnelles, le royaume du Baguirmi subsiste de nos jours comme une autorité traditionnelle en relation avec l'administration tchadienne.

D'autres petits états ont pu aussi exister dans des territoires limités. Il s'agit de :

- Le royaume de Bedaya
- Le royaume Kenga de Mataya
- Le royaume Marba Kolon de Kélo
- Le royaume Boulala de Yao-Fitri
- Les principautés Kotoko
- Le royaume Moundang de Léré
- Le royaume Toupouri de Doré.

Tous ces états grands et petits n'existent plus aujourd'hui en tant qu'entité politique indépendante, mais certains – Royaume Moundang de Léré, Bedaya, Sultanat de Kanem à Mao, Sultanat du Ouaddaï à Ouara, Royaume de Baguirmi à Massénya - subsistent comme des chefferies traditionnelles et continuent d'entretenir des relations avec les autorités administratives modernes du Tchad. Le Tchad est un pays fabriqué, de toutes pièces, par la colonisation française sur les cendres des grands états aussi puissants et organisés qu'on ne peut gommer dans la mémoire collective tchadienne.

b) La période coloniale

L'État du Tchad dans ses frontières actuelles est une création de la colonisation européenne. Ses frontières sont le résultat de négociations entre Français, Anglais et Allemands dans les années 1880, le fameux partage de Berlin, en 1885, dont le continent africain a été victime.

Aussitôt fini le partage sur papier, les colons européens se lancèrent en Afrique. L'année 1900 marqua le début de la conquête du territoire par l'armée française et ce fut aussi la fin de la résistance africaine dans cette partie du Sahel. D'abord comme poste militaire des Français en 1900, puis protectorat, le Tchad est intégré ensuite à la colonie de l'Oubangui-Chari [l'actuelle République Centrafrique] et en 1910 rattaché à l'Afrique équatoriale française [AEF]. Dix ans plus tard, le Tchad devient une colonie autonome dotée d'une administration civile. En 1923, les frontières du Tchad et du Soudan sont définitivement fixées. Il intégra en 1929, le BET [Borkou, Ennedi et Tibesti] qui fut considéré, sous l'administration française, comme un territoire militaire jusqu'en 1965, cinq années après l'indépendance du pays en 1960.

Si les populations du nord sont restées plus ou moins hostiles aux français, les populations du centre et du Sud accueillirent assez favorablement les colons. L'Administration coloniale française privilégia la mise en valeur du Sud, chrétien et animiste, plus peuplé et plus fertile pour la culture du coton. En 1935, Pierre Laval, le président du Conseil français, signa avec le dictateur italien Benito Mussolini un accord qui cède la bande d'Aozou [les terres nord du Tibesti jusqu'à la frontière avec la Libye] à l'Italie, pays colonisateur d'alors de la Libye. Mais cet accord n'a jamais été ratifié du fait de l'alliance entre Mussolini et Hitler et surtout de la politique agressive en Afrique de Mussolini [Libye et Éthiopie]. Néanmoins, cela servit de prétexte à Kadhafi, le dirigeant libyen, pour occuper plus tard ce territoire de 104 000 km².

Première colonie française à rallier la « France Libre » en juin 1940 sous Félix Eboué [le Gouverneur du Tchad dans le cadre de l'AEF], le territoire du Tchad servit de base militaire pour la reconquête de l'Afrique du Nord à partir du Fezzan dont, par exemple, la bataille de Koufra en Libye en 1942.

De façon générale, les Français ne développèrent guère la colonie du Tchad. Ils ne mirent en valeur que le sud en y imposant la culture du coton et utilisèrent les populations tchadiennes pour construire le chemin de fer Congo-Océan. Mais, très vite, le travail forcé suscita de nombreuses révoltes au sein de la population autochtone [Ki-Zerbo, 1991].

En 1946, est né le Parti progressiste tchadien [PPT] dirigé notamment par François Tombalbaye [sudiste et Sara Madjingay]. En 1956, celui-ci remporte les premières élections au suffrage universel dans le cadre de la loi Defferre[47] qui renforça l'autonomie du Tchad. En 1959, un an après que le Tchad fut devenu une république autonome au sein de la Communauté française, François Tombalbaye devint premier ministre puis premier président de la République en 1960.

c) La période post-coloniale

Après son indépendance en 1960, le Tchad connut, dès les premières années, des querelles internes qui opposèrent deux peuples sur la base idéologique et culturelle : les sudistes chrétiens et animistes au pouvoir, d'une part; les nordistes musulmans qui se sentaient marginalisés, d'autre part. Les conflits politiques de 1965, 1969, 1975 et 1979 qu'a connus le Tchad trouvent leur justification à travers cette bipolarisation artificielle. Deux périodes politiques et deux visions idéologiques vont dessiner les clivages ethniques et religieux pour marquer, à jamais, les diverses générations de ce pays[48] :

- 1960 - 1979 : la fierté sudiste,
- 1979 - à nos jours : la ferveur nordiste.

[47] La loi Deferre fut appelée ainsi parce que le ministre de la France d'outre-mer de l'époque, Gaston Defferre, avait élaboré cette loi en juin 1956. Elle créait dans les territoires d'outre-mer des Conseils de gouvernements élus au suffrage universel, ce qui accordait un peu d'autonomie au pouvoir exécutif local. Ce mode de scrutin était, à priori, défavorable aux indigènes.

[48] LEMOINE, T. [1997]. *Tchad 1960-1990. Trente années d'indépendance*, Paris, Lettres du monde.

La fierté sudiste [1960- 1979]

Le 11 août 1960, le Tchad accède à l'indépendance sous la présidence du dirigeant du Parti progressiste tchadien, François Tombalbaye. Celui-ci reconduit le français comme langue officielle. Mais cela va très vite raviver la rivalité entre le Sud et le Nord. Les sudistes pratiquent une politique discriminatoire : seuls les tchadiens qui sont scolarisés à l'école française [les chrétiens francophiles du Sud, notamment] occupent des postes de responsabilité dans l'administration publique et dans l'armée. Situation jugée injuste et inadmissible par les populations du Nord, musulmanes et plus arabisées.

Le président François Tombalbaye poursuivit une politique favorable aux populations chrétiennes et animistes du Sud contre les nordistes de confession musulmane. En pratiquant une politique de marginalisation des populations nordistes, il suscita des mécontentements dans les milieux musulmans et nordistes. En 1963, Tombalbaye réprima durement la révolte des musulmans du Nord, puis les troubles dégénérèrent en guerre civile à partir de 1965[49]. L'armée française intervint en avril 1969 contre la rébellion et indirectement contre la Libye, dont le nouveau dirigeant, Kadhafi, apportait son appui logistique au Front de libération nationale du Tchad [Frolinat] et revendiquait des droits sur la bande d'Aozou. Mais déjà, en 1971 avec sa politique d'authenticité, la "tchaditude" marquée par le retour aux traditions, le Président Tombalbaye s'attire les colères acerbes parmi les intellectuels sudistes. En 1973, la Libye annexe la bande d'Aozou ainsi qu'une grande partie du BET. Un coup d'État en 1975 orchestré par l'élite militaire sudiste mit fin au pouvoir de Tombalbaye en l'assassinant le 13 avril 1975.

Les putschistes militaires portent à la tête de l'Etat un autre sudiste, le Général Félix Malloum. Celui-ci renforce la politique sectariste de son prédécesseur. Les rebellions du nord accentuent leur opposition contre le pouvoir sudiste. En 1977, ils lancent une offensive. L'année suivante, le Président Malloum signe un accord de paix avec le CCFAN d'Hissène Habré. Celui-ci devient Premier Ministre et fait de l'arabe la langue officielle avec le français. Très belliqueux, Hissène Habré pousse ses revendications politiques. En février 1979, le pays plonge dans la guerre civile qui oppose sudistes chrétiens et nordistes musulmans. Le président Malloum excédé, fuit au Nigeria en laissant le pouvoir vacant.

[49] NETCHO, A. [1997]. *Mangalmé 1965, la révolte des Moubi*, Paris, L'Harmattan.

Depuis, la question de la langue arabe revient régulièrement sur la scène politique nationale. Car, elle est assimilée par les sudistes chrétiens à l'expansion de l'islam. Et aussi parce que les musulmans la considèrent comme la langue unique de l'islam.

La ferveur nordiste [1979 – nos jours]

Après quelques mois de turpitudes politiques [Lagos I] sans solution, un accord de paix [Lagos II] intervint sous les intérimaires de Lol Mahamat Choua [Kanembou de Mao] et concède le pouvoir à Goukouni Oueddeï [Teda du Tibesti]. Depuis 1979, le Tchad est dirigé par des hommes du Nord: Goukouni Oueddeï [1979-1982], Hissène Habré [1982-1990], dont la dictature a fait des milliers de victimes[50] notamment dans les milieux sudistes, puis Idriss Deby [1990-à nos jours]. Tous ces assoiffés de l'honneur ont conquis leur pouvoir par la force et ont exercé leurs prérogatives en s'appuyant sur leur ethnie d'origine[51], souvent minoritaire dans le pays. Pendant trois décennies, la situation politique au Tchad se traduit par une grande confusion[52] : népotisme, corruption, pillages, clientélisme, privatisations sauvages, détournements des biens publics [Arditi, C. 2000 : 249], insécurité quasi-généralisée qui font du Tchad un territoire où les populations sont bâillonnées par des seigneurs de guerre impitoyables.

Profitant de ces faiblesses dues aux querelles intestines, le libyen Kadhafi, en plus d'avoir annexé la bande d'Aozou, occupe le nord du Tchad entre 1983 et 1987. Habré lui oppose une guerre qui dura trois ans et faisant des milliers de victimes. En 1994, à la suite d'une décision de la Cour internationale de justice de La Haye, la Libye rendit la fameuse bande d'Aozou au Tchad.

En 1996, Idriss Deby promulgue une Charte nationale garantissant la liberté d'expression, le multipartisme et une nouvelle constitution[53]. Le pays s'est alors engagé dans la voie de la démocratie pluraliste sans grands changements démocratiques [Buijtenhuijs, 1998].

---

[50] MAHAMAT HASSAN, A. [1992]. *Rapport de la commission d'enquête sur les crimes et détournement commis par l'ex-président Habré et/ou complices, suivi des Enquêtes sur les détournements des biens publics,* N'Djamena, Tchad.

[51] GOUAL, N. op. cit. p. 3.

[52] BLUNDO, G. op. cit.

[53] BUIJTENHUIJS, R. [1993]. *La Conférence nationale souveraine du Tchad. Un essai d'histoire immédiate,* Karthala, Paris.

Puis, les espoirs placés sur l'exploitation du pétrole en 2003 ont déçu la majeure partie de la population.

L'opposition entre le Nord musulman et le Sud chrétien menace toujours l'unité nationale[54]. Les guerres civiles à répétition ont été causées par les antagonismes ethniques qui ont débouché sur cette fracture Nord-Sud et un imbroglio politique où se sont entremêlés des conflits armés, des chefferies traditionnellement hostiles à la démocratie, un banditisme et une gabegie généralisés autour des finances publiques, des blocages économiques courants, bref une sorte de "violence chronique caractérisée et figée dans le temps" [Magnant, J-P., 1994 : 122]. Ces conflits à répétition vont malheureusement projeter le Tchad devant les scènes mondiales. Il est intéressant de rappeler que ces guerres et violences ont des aspects ethno-régionalistes. En effet, dès les années 1962 et 1965 qui suivirent l'indépendance du pays en 1960, les premiers mécontentements couvent sous le nouveau régime sudiste. Ils se poursuivent jusqu'à en 1969, année pendant laquelle la première rébellion éclate au Guera et dans le Salamat. En 1974, le Frolinat s'empare de la rébellion et en fait une cause nordiste et musulmane. En 1979, le sud perd le contrôle du pays. Les groupes du nord s'imposent en s'emparant du pouvoir au détriment d'un sud ne capitule pas. C'est l'année chaotique : une guerre civile généralisée oppose les nordistes et les sudistes. Les années qui suivirent furent désastreuses.

A partir de 1982, des groupes armés, appelés Codos naissent au sud : Codos Rouges dans les Logones et Moyen-Chari, Codos Vert dans la Tandjilé et les Cocotiers dans le Mayo-Kebbi. Tous pensent au pouvoir ou à la revanche. En général, ces conflits sont nés des déceptions : perte du pouvoir, c'et le cas de nombreux groupes ayant perdu les privilèges au sein du gouvernement. Pour se venger, ceux-ci créèrent des maquis dans leurs bastions d'origines. Ils s'entourent des membres de leurs familles qu'ils transforment en de véritables combattants. En s'appuyant sur leur ethnie et région respective [Bangoura, 2005], ces groupes rebelles vont bénéficier d'un soutien implacable et décisif pour la prise du pouvoir. En 2008, G. Magrin[55]peut ainsi produire une carte qui résume les pages tristes de l'histoire du Tchad postcolonial.

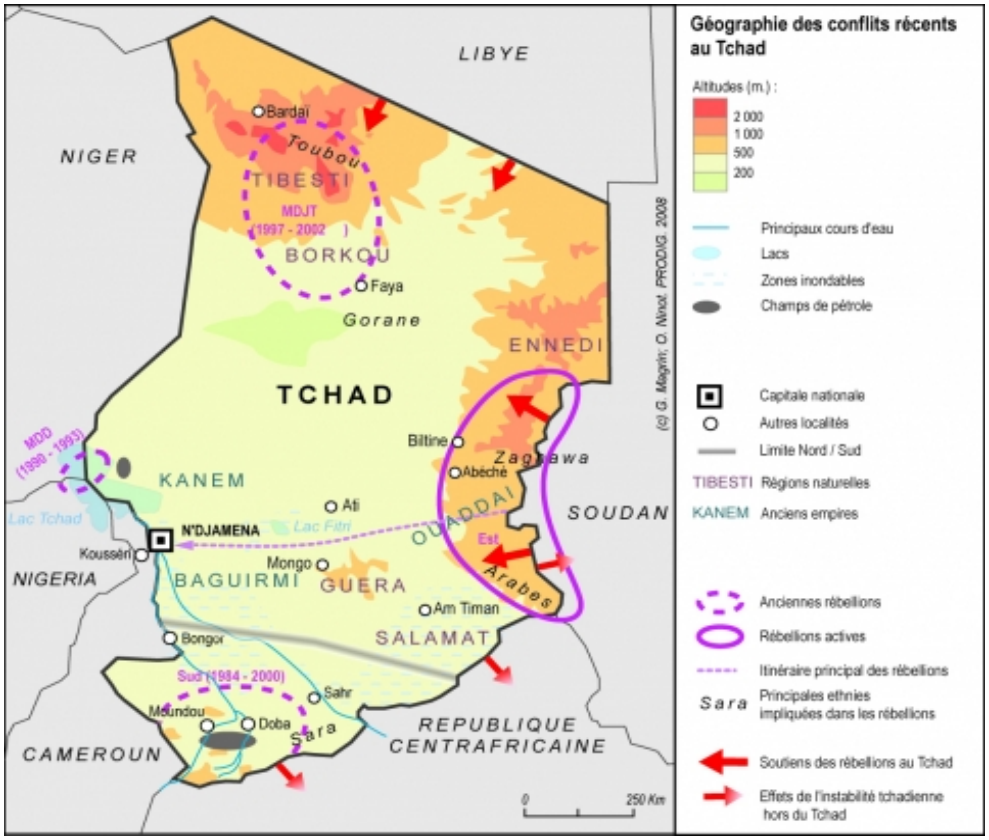
[54] COUDRAY, H. [1992]. *Chrétiens et musulmans au Tchad*", Islamochristiana, n° 18, pp. 175-234.

[55] MAGRIN, G. [2008]. *Tchad : géographie d'un conflit ordinaire*, Paris, Echogéo.

Encadré n° 1 : **dates les plus marquantes de ces conflits tchadiens.**

- De 1965 à 1978, divers groupes rebelles nordistes se positionnent sous l'égide du Frolinat dans le nord ;
- Entre 1979, la guerre civile éclate à N'Djamena et s'étend dans tout le pays ;
- Entre 1980 et 1982, le FAN [Forces armées du nord] d'Hissène Habré s'organise à l'est. C'est un groupe dissident du CCFAN [Conseil du commandement des forces armées du nord] dirigé par Goukouni Oueddei et Hissène Habré ;
- Au Sud, des groupes de codos [commandos] sont actifs entre 1982 et 1984 : codos rouges de Kotiga Guérina], codos verts [proches de Alafi], cocotiers [proches de Balaam], codos espoirs et codos Logtan ;
- En 1989, les Zaghawa [dirigés par Hassan Djamous et Idriss Deby] en dissidence avec Habré font alliance à l'est du pays avec les Hadjaray et une fraction Arabe ;
- Au lac Tchad, entre 1992 et 1993, le MDD [Mouvement pour la démocratie et le développement] de Moussa Medela, proche d'Hissène Habré ;
- Entre 1992 et 1998 au sud, le CSNPD [Comité de sursaut national pour le développement de Moise Ketté et le FARF [Forces armées pour une république fédérale] de Laoukein Bardé ;
- Au Tibesti, entre 1997 et 2002, les Toubous dirigé par Youssouf Togoïmi animent le MDJT [Mouvement pour le développement et la justice au Tchad] ;
- Entre 2005 et 2008, divers mouvements fusionnent à l'est du pays, autour divers groupes ethniques [Zaghawa dissidents du président Déby, les Tama, Ouaddaïens, Goranes et Arabes s'allient].

Carte 5 : principales zones de conflits armés au Tchad



© Magrin, 2008.

Le Tchad a longtemps été destabilisé par ces longues années de conflits ethniques et politiques, laissant ainsi un pays totalement clivé et politisé. Pourtant, l'histoire ancienne des espaces couverts par le Tchad actuel ne marque pas une telle opposition. L'histoire a été faite de concurrences et même de guerres pour le contrôle des routes. Dans tous les cas la prospérité n'a été possible que dans la sécurité de l'échange non seulement à l'intérieur mais aussi avec les régions plus éloignées comme le Maghreb ou le Nil.

d) Aperçu historique sur le commerce au Tchad

Ce rappel historique du commerce au Tchad peut être présenté selon deux périodes :

- ✓ le commerce dans le précolonial tchadien ;
- ✓ le commerce : de la colonisation à nos jours.

Il est indispensable de jeter un regard sur le passé pour comprendre et analyser la constitution et l'évolution des communautés marchandes de la région du Tchad. Les réseaux commerçants au Tchad sont très anciens. Ils ont contribué à la formation des groupes de commerçants

tchadiens notamment les Ouaddaïens et Kanembou. Si aujourd'hui, les commerçants évoluent indépendamment des circuits étatiques, les activités commerciales étaient menées à l'époque via les canaux officiels et contrôlés par le pouvoir [et donc, le roi]. Il est donc impossible de parler du commerce sans faire référence aux royaumes qui contrôlaient quasiment les réseaux marchands transsahariens. Au Tchad se retrouvent les « empires de la route » connus tout le long de la charnière sahélienne du 10e au 19e siècle, et qui ont toujours associé le Sahara et les « savanes » par des routes et des villes d'échange. Le pouvoir allait à celui qui contrôlait le mouvement [Retaillé, 2011].

Dans le cas du Tchad, le royaume du Kanem contrôlait un vaste territoire au nord du lac Tchad [mer paléo-tchadienne, puis lac Kouri], traversé par des pistes caravanières qui relient les régions du Tchad et celles de la Lybie. La seule forme de commerce la plus rentable était celle de l'esclavage déjà pratiqué par les itinérants musulmans. Après s'être convertis à l'islam [très probablement au début du huitième siècle], les rois de ces entités ont bâti leur économie sur le trafic des esclaves qu'ils commercialisaient dans le monde arabo-musulman. Le royaume du Baguirmi devient ainsi puissant à travers le commerce des esclaves, le plus souvent composé des captifs. Le royaume du Ouaddaï connut son apogée au dix-huitième siècle. Il s'est vite développé et son expansion commerciale fut axée sur la traite des esclaves ou/et captifs avec le monde oriental musulman. Mais, les rivalités politique et économique entre ces royaumes tchadiens, pour le contrôle des circuits transsahariens, vont se solder par des conflits qui les ruinèrent très profondément. On peut toutefois retenir aujourd'hui que l'activité du commerce des esclaves orienta ces états vers des structures très centralisées de types politico-militaires.

Sur les circuits de ces royaumes esclavagistes, plusieurs réseaux marchands se sont formés. Ces groupes de commerçants sont pour la plupart nordistes et musulmans[56]: Djallaba, Kanembou, Ouaddaïens, Haoussa et les Kanouri. Plusieurs de ces groupes confortent leurs réseaux commerciaux en s'alliant aux confréries musulmanes. Vers les années qui précédèrent la colonisation européenne, ces groupes de commerçants musulmans, devenus puissants grâce au commerce des esclaves, renforcent leur influence au sein des institutions économiques et politiques, si bien que le commerce et l'islam sont indissociables de l'Etat [Khayar : 1976].

[56] TRIAUD, J-L. [1987]. *Tchad 1900-1902. Une guerre franco-libyenne oubliée? Une confrérie musulmane, la Sanusiyya face à la France*, Paris, L'Harmattan.

Si, le commerce actuel du Tchad est calqué sur le modèle des réseaux transsahariens, il n'en demeure pas moins qu'il y eut du commerce local pratiqué entre les populations dans une sphère géographique entre les localités voisines intérieures. Avec la colonisation, les administrateurs coloniaux affaiblirent les circuits transsahariens esclavagistes au profit d'une nouvelle forme du commerce tournée vers l'occident. Et les anciens groupes de commerçants [Bornouans, Kanembou et Baguirmiens, Ouaddaïens, Djallaba, Haoussa, etc.] ayant des réseaux marchands puissants, vont se tourner pendant la colonisation vers des activités commerciales telles que le commerce des céréales et du bétail.

A l'ère coloniale, ce n'est plus le Sahara, ni les caravanes, mais plutôt le train et la mer qui se mettent en place avec la construction en 1930, du chemin de fer Congo-océan. Sur ce nouvel axe commercial, l'importation des marchandises européennes et l'exportation des matières premières africaines [café, cacao, coton, bois, etc.] destinées à alimenter les industries occidentales, amèneront un autre groupe de commerçants plus modernes, étrangers notamment : Syriens, Libanais, Indiens, Portugais et autres nouveaux commerçants tchadiens. Ni la colonisation, ni le nouvel Etat moderne du Tchad, ne pourrait éteindre les relations commerciales entre le monde arabo-musulman et les commerçants nordistes et musulmans tchadiens. Ces échanges commerciaux vont se poursuivre sous la forme informelle. D'autant plus que les produits européens restent plus chers, et que les marchandises importées, à moindre frais, des pays arabes puis aujourd'hui de la Chine via le Proche-Orient sont attirantes.

Si les groupes issus du nord du Tchad ont dominé les réseaux transsahariens et les axes arabes modernes, les groupes du sud, ont tout autant contribué au développement du commerce au Tchad grâce au coton [vendu en Europe, il constitue l'une des principales exportations nationales contrôlées par l'Etat]. Le commerce du bétail et de la gomme arabique, bien qu'informel avec les pays voisins [Nigeria, Cameroun, Centrafrique, Libye, Soudan] reste un secteur porteur à condition que l'Etat s'y mette. [Arditi 1995 : 878-879].

La ville de N'Djamena est devenue aujourd'hui un pôle commercial majeur pour le Tchad. Créée, il y a plus de cent ans, la ville de N'Djamena a connu une expansion économique et commerciale considérable. Plusieurs facteurs principaux permettent de rendre compte de cette dynamique :

- L'émigration encouragée pour peupler la nouvelle capitale du Tchad.
- Les institutions politiques et économiques du pays.

- La proximité avec le Cameroun et le Nigeria.
- Les installations aéroportuaires.
- Les installations industrielles.
- Les fortes présences d'étrangers notamment les militaires français.
- Son grand centre commercial situé au marché central où les marchandises importées concurrencent les produits locaux.

N'Djamena, à l'époque coloniale Fort-Lamy, est la ville où les activités commerciales se diversifient et s'intensifient notamment avec les immigrés Haoussa du Nigeria et du Niger [Zinder]. Très vite, ce groupe se spécialise dans le commerce de la cola, des esclaves, des peaux d'animaux, des tissus, etc. Ils construisent des réseaux solides avec l'Arabie saoudite à travers le pèlerinage à la Mecque. Avec l'arrivée, dans les années 1940, des Syriens, des Libanais et des Grecs, les activités économiques se développent encore davantage. Ainsi, la ville de N'Djamena devient à l'indépendance, en 1960, un pôle commercial majeur avec l'arrivée des grandes succursales commerciales européennes qui avaient utilisé les circuits de vente en gros, en demi-gros et en détail.

Destiné à alimenter les industries européennes, le coton contribue énormément au développement du Tchad, tant les zones méridionales que la ville de N'Djamena, par l'installation de petites sociétés étrangères[57]. Celles-ci permettent l'expansion des petits magasins dans les villes du sud. La culture du coton va donc rendre dynamique le commerce tchadien par l'exportation vers l'occident, aussi bien l'importation dans les zones cotonnières les produits de consommation manufacturés. Les paysans dépensent leurs revenus et peu d'entre eux peuvent épargner pour l'achat du bétail, la dot des femmes, les matériels agricoles, commerce fut le cas, le plus souvent en milieu rural sudiste [Kimitene, 2008 : 76].

La fin de la colonisation, avec le pouvoir des sudistes, ne va pas sans laisser le pays aux remous politiques. En 1969, des divisions entre les sudistes au pouvoir et les nordistes musulmans éclatent malgré une relative paix à N'Djamena. Mais, c'est en 1979 que la guerre civile éclate. Le commerce qui était jusqu'à là majoritairement aux mains des groupes étrangers chute. C'est la période morte : toutes les institutions s'arrêtent de fonctionner. Les étrangers [européens, syriens, libanais, grecs] quittent le pays et les

[57] La Société commerciale Ouest africain [la SCOA] et la Nouvelle Société commerciale du Kouilou-Niari [NSCKN].

populations sudistes se replient au sud. Le retour en ordre, après quelques mois dans la tourmente, marque aussi le retour des nouveaux commerçants tchadiens dans le paysage économique. Des petits groupes de négociants musulmans apparaissent et créent des boutiques où se marchandent des produits manufacturés. Et de plus en plus ceux-ci intègrent le marchés des produits locaux tels les céréales, l'arachide, etc. afin d'approvisionner les principaux centres urbains de la région et des pays voisins.

Aujourd'hui, l'attribution des plus gros marchés, dans le contexte actuel de l'exploitation des gisements pétroliers du pays, aux commerçants tchadiens, souvent proches du pouvoir, a permis de favoriser l'ascension des nouvelles catégories de commerçants très puissants :Kanembou, Arabes, Djallaba et quelques Sara, et puis aujourd'hui, les Kréda, les Daza, Teda, les Ouaddaien et les Zaghawa. Depuis une vingtaine d'années, des femmes en majorité Sara et Banana, groupées en associations *Mosso,* se sont lancées dans le commerce de détail des céréales et dans les secteurs délaissés par les musulmans [ouverture de bars proposant de l'alcool]. Les femmes Kim, longtemps organisées de façon informelle dans le commerce de poissons et de taro, se sont beaucoup orientées au cours des années 1990 dans le commerce de textiles sur les axes Nigeria, Bénin, Togo, Mali, etc.

2.4. La population tchadienne

Le Tchad[58] compte plus de onze millions d'habitants en 2009 [Inseed, 2009] pour une superficie de 1 284 000 Km², soit une densité de 8,7 habitants au km². La majorité de la population vit au sud [le Logone Oriental detient la plus forte densité avec 54 habitants au km² contre 2 au km² dans le BET]. On compte 78,6 % de ruraux et 21,4 % d'urbains avec un taux d'alphabétisation de 40 % chez les hommes et de 10 % chez les femmes. Tout ceci revele les indices du sous-développement.

[58] LEBEUF, A. [2006]. *Les populations du Tchad [Nord du 10e parallèle]*, L'Harmattan, Paris.

Tableau 7: populations du Tchad par région

Régions	Populations	Poids relatif [%]
Barh El Gazel	260 865	2,3
Batha	527 031	4,7
Borkou	97 251	0,9
Chari-Baguirmi	621 785	5,6
Ennedi	173 606	1,6
Guéra	553 795	5
Hadjer-Lamis	562 957	5
Kanem	354 603	3,2
Lac	451 369	4
Logone Occidental	683 293	6,1
Logone Oriental	796 453	7,1
Mandoul	637 086	5,7
Mayo-Kebbi Est	769 178	6,9
Mayo-Kebbi Ouest	565 087	5,1
Moyen-Chari	598 284	5,4
N'Djamena	**993 492**	**8,8**
Ouaddaï	731 679	6,5
Salamat	308 605	2,8
Sila	289 776	2,6
Tandjilé	682 817	6,1
Tibesti	21 970	0,2
Wadi Fira	494 933	4,4
TCHAD	**11 175 915**	**100**

Le pays s'étend sur plusieurs régions culturellement très différentes: l'Afrique du Nord, de culture musulmane et méditerranéenne, l'Afrique de l'Ouest, l'Afrique du Nord-est tournée vers le Nil et la mer rouge et l'Afrique centrale chrétienne et animiste. Cette population [59] est très hétérogène et diversifiée avec environ 200 groupes ethnolinguistiques.

[59] CHAPELLE, J. [1981]. *Le peuple tchadien, ses racines et sa vie quotidienne*, Paris, L'Harmattan.

Par le terme ethnie, entendons un ensemble d'êtres humains ayant conscience d'appartenir à un groupe et possédant une identité particulière qui s'est constituée à travers l'histoire et s'incarne dans un nom - très souvent hétéronyme - des institutions politiques, un système économique, un territoire et parfois une langue spécifique [Fadoul Khidir, 2006 :31]. [voir aussi les cartes détaillées en annexe].

Tableau 8: nombre [%] des principaux groupes ethniques.

Groupes ethniques	**Population en %**
Arabes	13,6 %
Baguirmiens	1,4 %
Banana	16 %
Fitri	4,7 %
Goranes	10,3 %
Hadjaray	3,9 %
Kouri	8,7 %
Ouaddaïens	10,3 %
Peuls	1,9 %
Sara	26 %
Etrangers	**1,9%**
Total Tchad	**100%**

Source : Inseed, N'Djamena 2009.

Selon les traits caractéristiques culturels, économiques, sociaux, nous avons regroupé la mosaïque ethnique en 11 groupes ethniques majeurs à l'intérieur desquels on classe les diverses ethnies respectives. Il s'agit des Arabes, Baguirmiens, Banana, Fitri, Goranes,

Hadjaray, Kouri, Ouaddaïens, Peuls, Sara, Etrangers. Cet éclatement et la possibilité de regrouper s'appuient sur les familles linguistiques.

En plus du français et de l'arabe classique qui sont deux langues officielles, il existe au Tchad une multitude de langues nationales appartenant à des groupes ethniques.

a) Les langues officielles de l'État

En vertu de la Constitution[60], le français et l'arabe classique sont devenus les langues de l'État[61], non celles de la population, puisque personne ne parle spontanément ces langues. Le français et l'arabe sont les langues de la législation, c'est-à-dire de la rédaction et de la promulgation des lois. En général, les lois sont rédigées en français, puis traduites en arabe. Dans les débats, les parlementaires s'expriment soit en français soit en arabe dialectal [Julien de Pommerol, 1999], rarement en arabe. Il n'y a pas de service de traduction simultanée.

Bien que les langues française et arabe soient toutes deux officielles, seul le français est resté comme la langue de travail dominante dans l'administration publique, surtout dans le Sud. Les fonctionnaires répondent oralement en arabe dialectal dans le Nord, en sara ou en français dans le Sud. Au cours de ces dernières années, les documents administratifs sont produits en arabe classique [quand bien même utilisé par peu de populations tchadiennes très souvent dans des aires dominées par les musulmans et nordistes].

b) Les langues nationales

La diversité linguistique[62] est l'une des caractéristiques de l'identité tchadienne. On dénombre plus de 200 langues réparties en quatre grands groupes ou zones

---

60 Cf. la Constitution Nationale de 1996, article 9 : Les langues officielles sont le français et l'arabe. Selon l'article en aléa 1 fixe les conditions de promotion et de développement des langues nationales.

61 ZELTNER, J.-C.et TOURNEUX, H. [1986]. *L'arabe dans le bassin du Tchad*, Paris, Karthala.

62 CAPRILE, J.-P. [1977]. *Situation respective du français et des langues africaines en Afrique centrale*, Paris, Conseil International de la langue française, p. 135.

linguistiques très spatiales: saharique, sahélique, nilothique et bantique. Ces quatre groupes de langues correspondent aux types humains spatialisés dont les caractéristiques déterminent les aires ethniques et géographiques.

Tableau 9 : principales langues nationales.

Langues nationales	Proportion nationale	Groupes de langues
Arabe tchadien	68,3 %	Sémitique
Ngambay	8,9	Sara-Bongo
Kanembou	2,3 %	Saharique
Daza	3,8 %	Saharique
Maba	3,4 %	Nilotique
Moussey	2,2 %	Tchadique
Moundang	2,2 %	Adamawa-Ubangui
Peule	1,7 %	Niger-Congo
Marba	1,7 %	Tchadique
Massa	1,5 %	Tchadique
Toupouri	1,2 %	Adamawa-Ubangui
Zaghawa	1,0 %	nilotique
Nantchéré	0,9 %	Tchadique
Massalit	0,7 %	Nilotique

©Sil Tchad; Inseed, N'Djamena, 2009.

Selon cette typologie, les langues sahariques sont celles parlées par des peuples qui vivent dans le Sahara ou apparentées aux peuples sahariens [métisses avec le Maghreb et les noirs sahéliens].

✓ Les langues sahéliques regroupent toutes les langues parlées par des peuples sédentaires et nomades qui vivent dans les parties de la bande sahélienne [confins ouest-africains jusqu'aux limites de l'actuel Soudan] correspondant aux aires qui séparent le Sahara et la forêt tropicale.

✓ Les langues nilotiques ou nubiques sont originaires du bassin du Nil ou du bassin de Nubie. On les retrouve dans le centre-est du Tchad.

✓ Enfin, les langues bantiques sont parlées par les peuples du sud du pays. Ce sont donc des langues très proches [avec quelques accents proches des langues parlées dans le plateau Adamaoua] mais elles sont toutes issues du foyer bantou, en dépit de quelques mélanges teintés d'accents, peuls arabes et haoussa. C'est par exemple le cas des langues parlées le long du Logone [Toupouri, Moundang, Kéra, Zimé…].

Sur l'ensemble de ces langues, environ 20 langues sont parlées au niveau national par plus de 50 000 locuteurs [cf. le tableau ci-dessous]. La plupart de ces langues ne sont donc parlées que par un petit nombre de locuteurs et ce, dans un espace très limité. On comprendra que cette grande diversité linguistique pose, dans l'administration tchadienne de sérieuses difficultés fonctionnelles, sans oublier que l'arabe classique [très peu parlé] et le français, sur un fond du bilinguisme inégalitaire, opposent les classes intellectuelles. Dans cette diversité, il faut distinguer les langues véhiculaires.

c) Les langues véhiculaires

L'apprentissage des deux langues officielles [arabe classique et français] à l'école pose toujours des problèmes puisque ce sont des « langues d'école » pour tout élève tchadien. Seulement 10 % des tchadiens parlent *l'arabe tchadien* comme langue maternelle, mais 50 % le parlent comme langue seconde, c'est-à-dire véhiculaire. *L'arabe classique* enseigné est une langue utilisée uniquement dans les écoles et quelquefois dans la Fonction Publique. En général, les tchadiens parlent plus l'arabe dialectal[63]que le français [surtout dans le nord du pays]. C'est plutôt dans le sud, en ville comme dans les campagnes, que le français est d'usage fréquent. Cependant il demeure comme langue secondaire, car c'est la langue de travail et des affaires. C'est donc langue qui n'est apprise qu'à l'école.

En plus de ces deux langues ci-dessus évoquées, d'autres langues du terroir sont très couramment utilisées par tous: ce sont les véritables langues véhiculaires. Ainsi, dans la région de Sarh, le *sara* sert de langue véhiculaire, mais plus au nord du fleuve Chari, on parle le *Barma* ou le *Baguirmi*. Mais la langue véhiculaire la plus populaire est l'arabe tchadien, la langue des nomades commerçants qui voyagent partout dans le pays; dans les marchés de la région du Ouaddaï et à N'Djamena, presque tous les gens du nord [nord géographique et le Guera] n'utilisent que *l'arabe tchadien*. D'une région à une autre on observe beaucoup de variations dialectales de l'arabe tchadien: certaines d'entre elles ressemblent à l'arabe libyen, d'autres à l'arabe soudanais [surtout à l'est du Tchad].

[63] ZELTNER, J.-C.et TOURNEUX, H., op. cit.

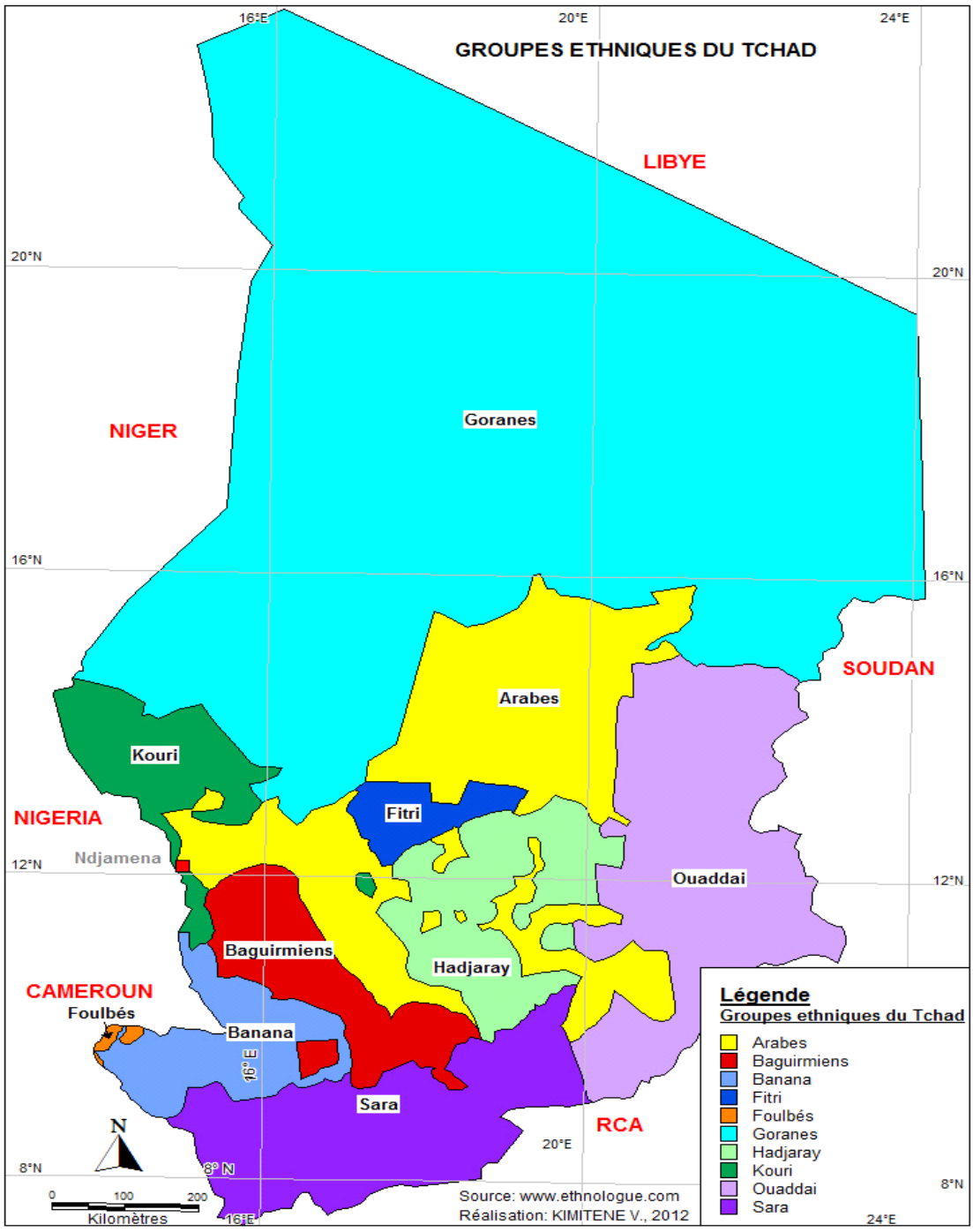
d) Un pays rural encore

Le maintien d'une aussi grande variété linguistique doit être rattaché au caractère majoritairement rural des populations tchadiennes. En dehors de N'Djamena, les autres agglomérations les plus importantes sont: Moundou [99 530 habitants], Sarh [75 496 habitants], Abéché [54 628 habitants], Kélo [31 319 habitants], etc. Les zones urbaines ne regroupent que 23 % de la population. Mais la majeure partie de la population est concentrée dans les zones fertiles, au sud, Autrement dit, on constate une très forte concentration dans le Logone Occidental, Mayo-Kebbi, le Moyen-Chari et le Chari-Baguirmi, ainsi qu'un faible peuplement dans le Biltine, le Salamat et le Lac, mais surtout dans le Kanem et le Borkou-Ennedi-Tibesti. La population tchadienne est très inégalement répartie dans l'espace géographique national, car il faut comprendre qu'au Tchad l'occupation humaine obéit aux conditions climatiques.

Par exemple, la zone saharienne [au nord] avec 47 % de la superficie totale abrite seulement 2 % environ de la population; la zone sahélienne [au centre] qui représente 43 % du territoire national, concentre 48 % de la population, alors que la zone soudanienne [au sud], avec environ 10 % des terres, accueille la moitié de la population tchadienne. Cette situation donne des densités variables sur la repartition de la population (2 habitant au km² dans le BET à 52 habitants au km² dans le Sud, notamment dans le Logone occidental).

Les Peuls et les Arabes [très métissés] pratiquent l'élevage dans le centre du pays. Les Goranes nomadisent entre les oasis dans les zones désertique et sont divisés en trois groupes: au nord, les Teda, éleveurs de chameaux; au sud-est, les Daza, éleveurs de bovins; au sud de l'Ennedi, les Zaghawa. Les Hadjaray sont installés de très longue date dans le massif de la Guera d'où leur nom *Hadjaray* [littéralement *montagnard*]. À l'ouest, des populations métissées aux Haoussa assurent le commerce entre le Nigeria et la Libye. Par contre, les groupes dominants au sud sont les Sara, un peuple d'agriculteurs avec les Banana. L'une des caractéristiques marquantes de la population tchadienne est le clivage Nord/Sud, car le pays résulte d'une fabrication coloniale qui assemble les populations du nord [éleveurs, islamisés, sédentaires et nomades] avec celles du sud, plus peuplé [majoritairement sédentaires, animistes et chrétiens], très distinctes culturellement et historiquement antagonistes.

Carte 6 : les groupes ethniques du Tchad



La mosaïque ethnique qui peut être resserrée par grande région, l'est encore plus par la religion. Les statistiques de l'Inseed nous permettent de proposer dans le tableau ci-après une classification suivante.

Tableau 10 : principales religions au Tchad.

Religions[64] en %	Tchad	Sudistes	Nordistes	Etrangers	N'Djamena
Islam	58,4%	15%	41,4%	2%	70,9 %
Christianisme	37,6%	34 %	1,5%	2,5%	27,9 %
Animisme	0,4%	0,3 %	0,1%	0,5%	0,2 %
Autre	4%	0,5%	0,05%	3,05%	2,0 %

Source : Inseed, N'Djamena, 2009

Selon ces données, l'islam est la principale religion au Tchad avec 58,4% d'adeptes dont les nordistes [41,4%] et les sudistes [15%] suivi du christianisme avec 37,6% d'adeptes dont les sudistes constituent 34% contre 1,5 des nordistes. L'éparpillement ethnique se trouve en partie effacé par l'adhésion religieuse qui vient renforcer la géographie contrastée, à moins qu'à l'inverse elle l'alimente. Ce que le système éducatif conforte encore.

En matière de scolarisation, le taux d'alphabétisation national est de 40% dont les hommes [30%] et les femmes [10%].Le français a toujours été l'unique langue d'enseignement depuis 1900. Après l'indépendance, le système est resté le même, bien que les programmes aient été «réactualisés» en 1962. Cette année-là, une première législation a été adoptée sous la présidence de François Tombalbaye afin d'introduire l'arabe classique dans l'enseignement. Il s'agit du décret portant organisation de l'enseignement de la langue arabe dans les ordres du premier et du deuxième degré de l'enseignement public [décret du 6 janvier 1962]. L'article 1 précise que *dans l'enseignement public, qui se donne en langue française, une place particulière est faite à la langue arabe*. Cela signifie que l'enseignement de l'arabe classique est moins important que celui du français. Selon l'article 2, l'enseignement de la langue arabe à tous les niveaux est facultatif: il ne peut être dispensé qu'en dehors des horaires officiels. Depuis 1978, l'État a rendu le bilinguisme obligatoire dans tous les établissements d'enseignement où l'apprentissage du français et de l'arabe classique est nécessaire. Mais dans les écoles l'apprentissage de ces deux langues pose des problèmes [car les enfants à l'école déjà apprennent dans les langues maternelles].

[64] Selon les résultats du RGPH2 de 2009.

Le recensement de 1993 présente le taux d'alphabétisation par langue: 8,3 % des tchadiens sont scolarisés en français, 2,2 % en arabe classique, 0,1 % sont bilingues [français et arabe], 0,4 %sont scolarisés dans une autre langue [y compris les langues nationales]. Il faut noter que les proportions sont prises dans la population générale [6.5 millions d'habitants en 1993].

A la même époque, le gouvernement du Tchad donne les statistiques suivantes : 47,9 % des tchadiens étaient scolarisés au primaire, contre seulement 17,9 % dans le secondaire et 0,5 % à l'université. Parmi les enfants scolarisés à l'école primaire, 41 % ne poursuivent pas au-delà leur scolarité.

Ce faible taux de scolarisation et d'alphabétisation au Tchad est justifié par le fait que le système éducatif souffre de graves problèmes : selon les chiffres officiels, plus 48 % des enseignants du primaire manquent de formation professionnelle ou de recyclages adéquats, les programmes d'enseignements primaires sont caduques bien qu'une réforme soit intervenue en 1987. S'ajoutent à cela, la pénurie en matériels didactiques, l'insuffisance des infrastructures et des équipements. Dans beaucoup de régions, notamment en milieu rural, les écoles fonctionnent selon le bon vouloir des parents d'élèves [les APE remplacent l'Etat parfois].

Les moyens financiers alloués par le Gouvernement ne sont pas à la hauteur des besoins, surtout en matière d'éducation et de formation. L'État accorde près de 20 % de son budget annuel à l'éducation, affectée exclusivement aux salaires des enseignants, soit environ 90 %. Cela permet de dire que tout investissement dans le domaine de l'éducation repose jusqu'ici sur l'aide extérieure [notamment de la France et de la Banque Mondiale].

Chapitre 3 : N'Djamena

La ville de N'Djamena, située dans la partie ouest du Tchad est érigée au confluent de deux fleuves [Chari et Logone], en face de la ville camerounaise de Kousseri, avec laquelle elle est reliée par un pont. La ville est sahélienne, plutôt en zone agricole et sédentaire.

La ville de N'Djamena est la capitale et la plus grande ville du Tchad avec 993 492 habitants. Elle est régie par un statut particulier et divisée en dix unités administratives dénommées arrondissements municipaux[65] sous l'autorité d'un Maire nommé par décret au conseil des ministres. Chaque arrondissement est dirigé par un délégué et comporte plusieurs quartiers. La ville de N'Djamena compte aujourd'hui 64 quartiers [cf. tableaux n° 11].

Fondée par Emile Gentil le 29 mai 1900 à l'emplacement d'un petit village Kotoko, N'Djamena a d'abord porté le nom de Fort-Lamy en souvenir du commandant François Joseph Amédée Lamy, décédé à la suite de la bataille de Kousseri. Le 6 novembre 1973, le président François Tombalbaye la rebaptise N'Djamena.

La population de N'Djamena comptait 8000 habitants à l'indépendance du Tchad en 1960 et 132 000 habitants en 1968, et elle dépassait 240 000 personnes en 1976. Elle était estimée à 687 000 d'âmes[66] en 1993. La population de N'djamena est de 993 492 habitants en 2009 [RGPH2].

[65] D'après le décret n° 419/PR/M T/02 ; la loi n° 009/PR/05 du 15 juillet 2005 et le décret n° 285/PR/PM/MISP/2009 portant restructuration des arrondissements municipaux dans la commune de N'Djamena du 10 mars 2009.

[66] CENTRE AL-MOUNA [2006]. *A la découverte du Tchad : de Fort-Lamy à N'Djamena*, Cahiers d'histoire, N° 6, Centre Al-Mouna, p. 17.

Carte 7 : situation et plan de N'Djamena

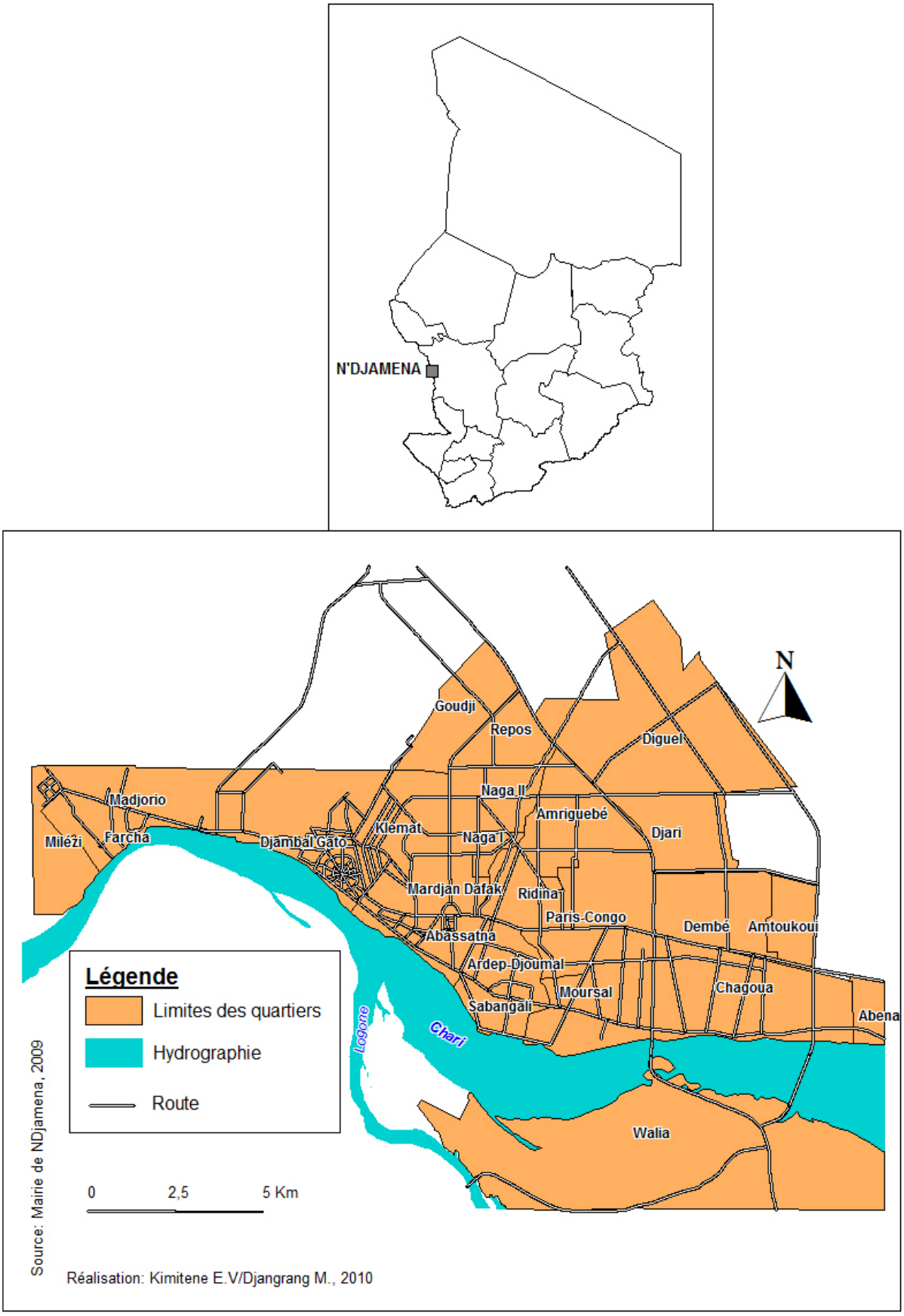
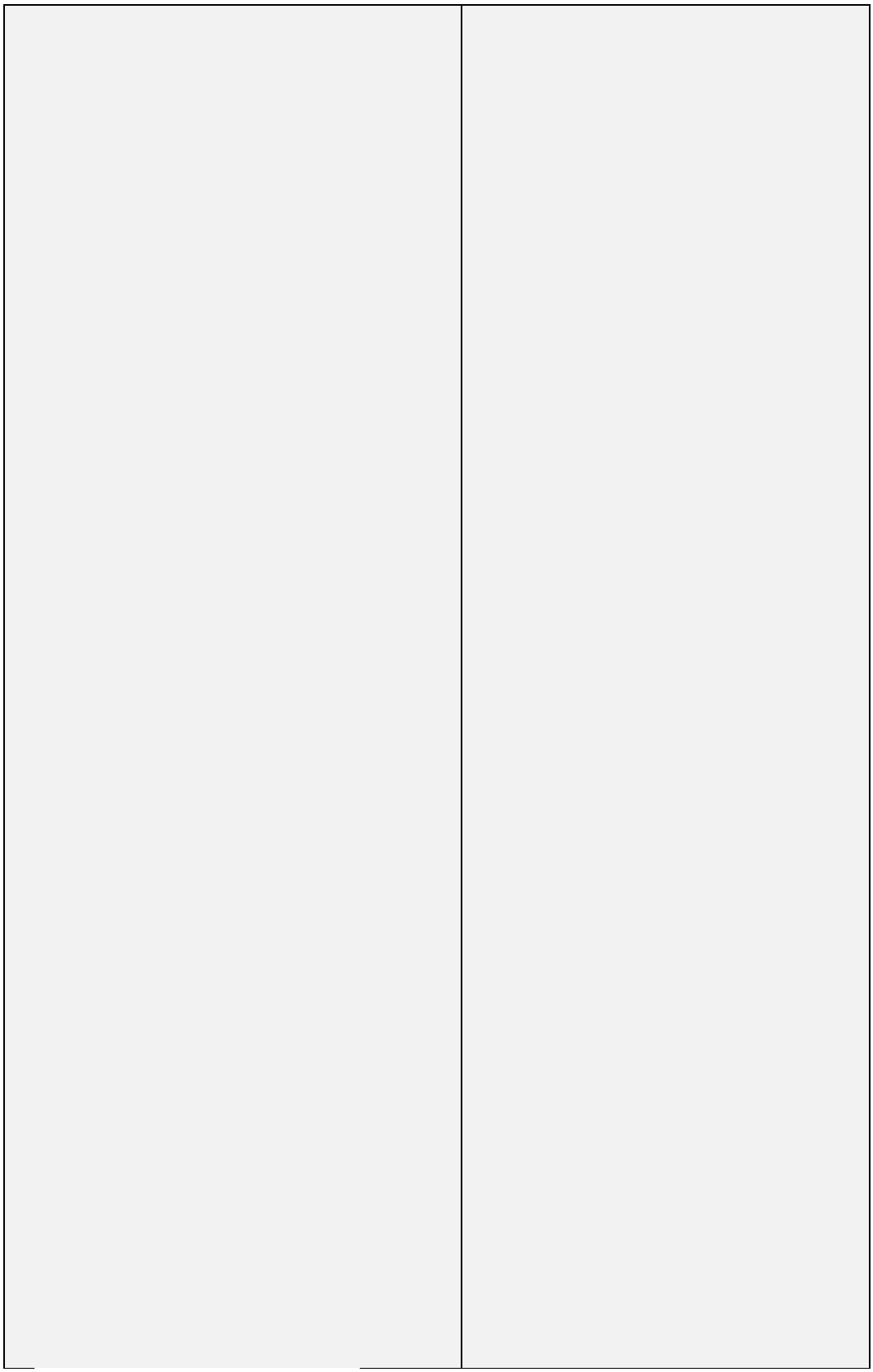


Tableau 11 : arrondissements et quartiers de N'Djamena.

Arrondissements /quartiers [nombre 64]	
1er arrondissement	7ème arrondissement
Farcha	Chagoua
Milezi	Dembé
Madjorio	Ambatta
Guilmeye	Boutalbagara
Djougoulier	Kourmanadji
Karkandjeri	Atrone
Amsinéné	Amtoukoui
Massil Abkoma	Habena
Zaraf	Gassi
Allaya	Kilwiti
Ardeb-Timan	8ème arrondissement
2ème arrondissement	Diguel
Djambal Ngato	Ndjari
Mardjandafak	Angabo
Bololo	Zaffaye-Est
Goudji	Zaffaye-Ouest
Klémat.	Machaga
3ème arrondissement	9ème arrondissement
Gardolé	Walia
Ambassatna	Ngoumna
Ardep Djoumal	Digangali
Sabangali	Ngueli
Kabalaye	Kabé
Djambalbarh	Toukra
4èmearrondissement	Walia Gardolé
Repos	10ème arrondissement
Naga I	Gozator
Naga II	Goudji-Charffa
Blabine	Ouroula
5ème arrondissement	Gaoui
Ridina	Lamadji
Am-Riguebé	Sadjeri
Champ de Fils	Achawayil
6ème arrondissement	Fondoré
Moursal	Djaballiro
Paris-Congo	Hillé Houdjaj



Source : Mairie de N'Djamena, 2010

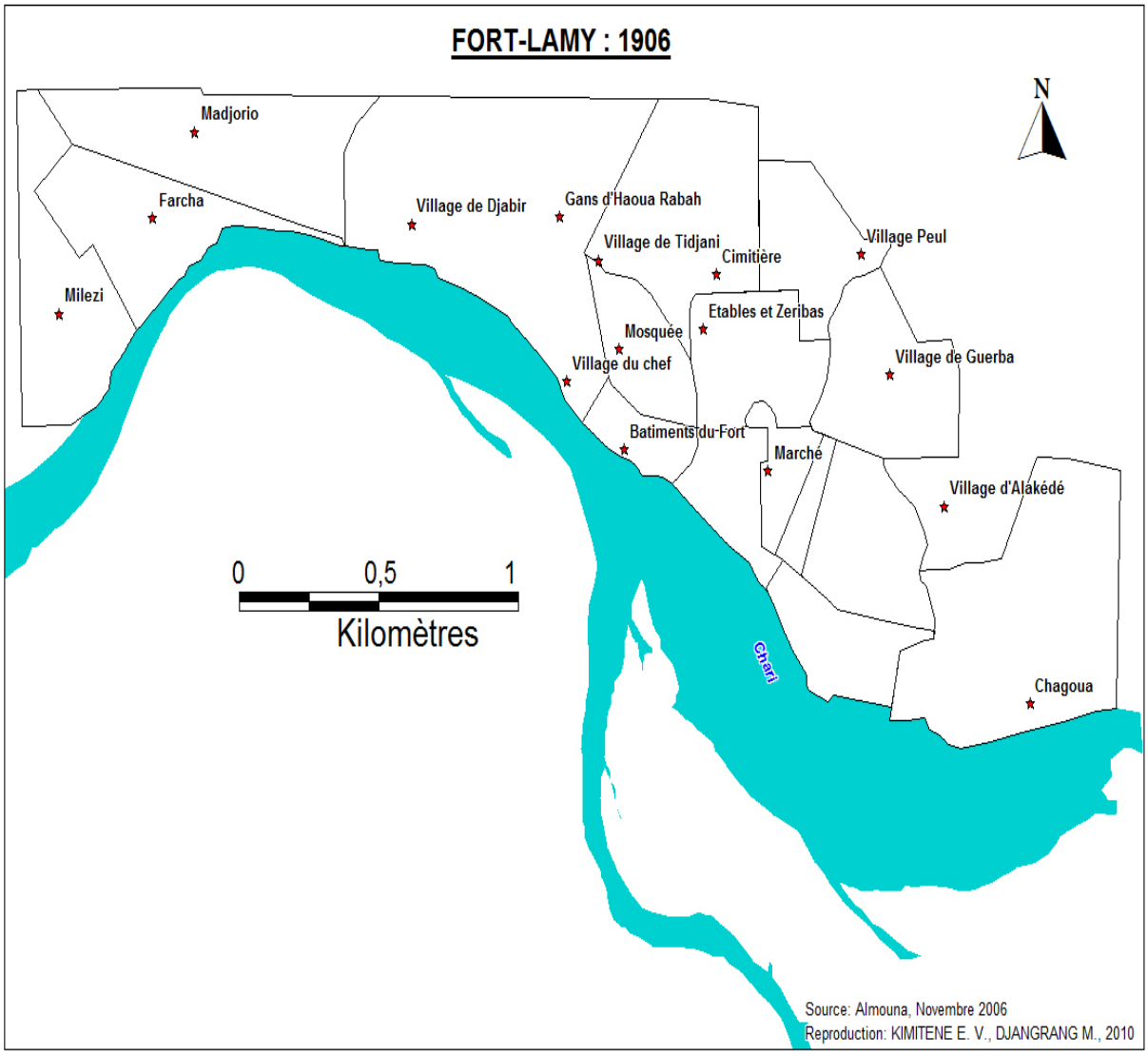
3.1. La croissance de la ville

Le territoire de N'Djamena appartenait à l'origine aux Kotoko de Goulfei et de Kousseri [en territoire du Cameroun]. Comme pour dire que les populations autochtones à la création de N'Djamena [anciennement Fort-Lamy] en 1900 sont des Kotoko dont les Sao ont été, pour bien des historiens, les ancêtres. Et c'est donc sur les villages Kotoko [Azéguene, Amé, Ndourouko, puis Farcha, Milézi et Chagoua] que les colons français érigent la capitale du Tchad. Mais avant l'arrivée des français en 1900 sur la rive droite du Chari, une vague d'arabes, notamment la fraction Ouled-Kanem en provenance du Nigeria, s'établirent vers 1880 à bun Gawiyé [en arabe local, bun, arbre troué à l'endroit et Gawiyé, dur] qui devint Djambal Gato.

Après les Kotoko et Arabes, les autres arrivants de N'Djamena furent des soldats de Rabah, des travailleurs manuels, des esclaves libérés, des chefs destitués par leurs proches et des artisans marchands. Dès 1905 et les années qui ont suivi, des petites vagues humaines arrivent et s'installent aux côtés des français qui y ont érigé leur poste militaire. Il s'agit, en effet, des Baguirmiens, des artisans Haoussa à Djambal- Barh, des Kanouri [à la suite de Oumar, leur chef] au quartier commercial [Maison de Jamet-Blanchard]. Ensuite vinrent des artisans dont un coiffeur et un cordonnier Kanouri de Dikoa à l'actuel emplacement du Camp des Martyrs, et un groupe de Peuls libérés après la conquête de Sokoto s'établissent à Trois marigots ; des travailleurs manuels et des tirailleurs Sara-Madjingay, des Kanembou s'installent comme cordonniers.

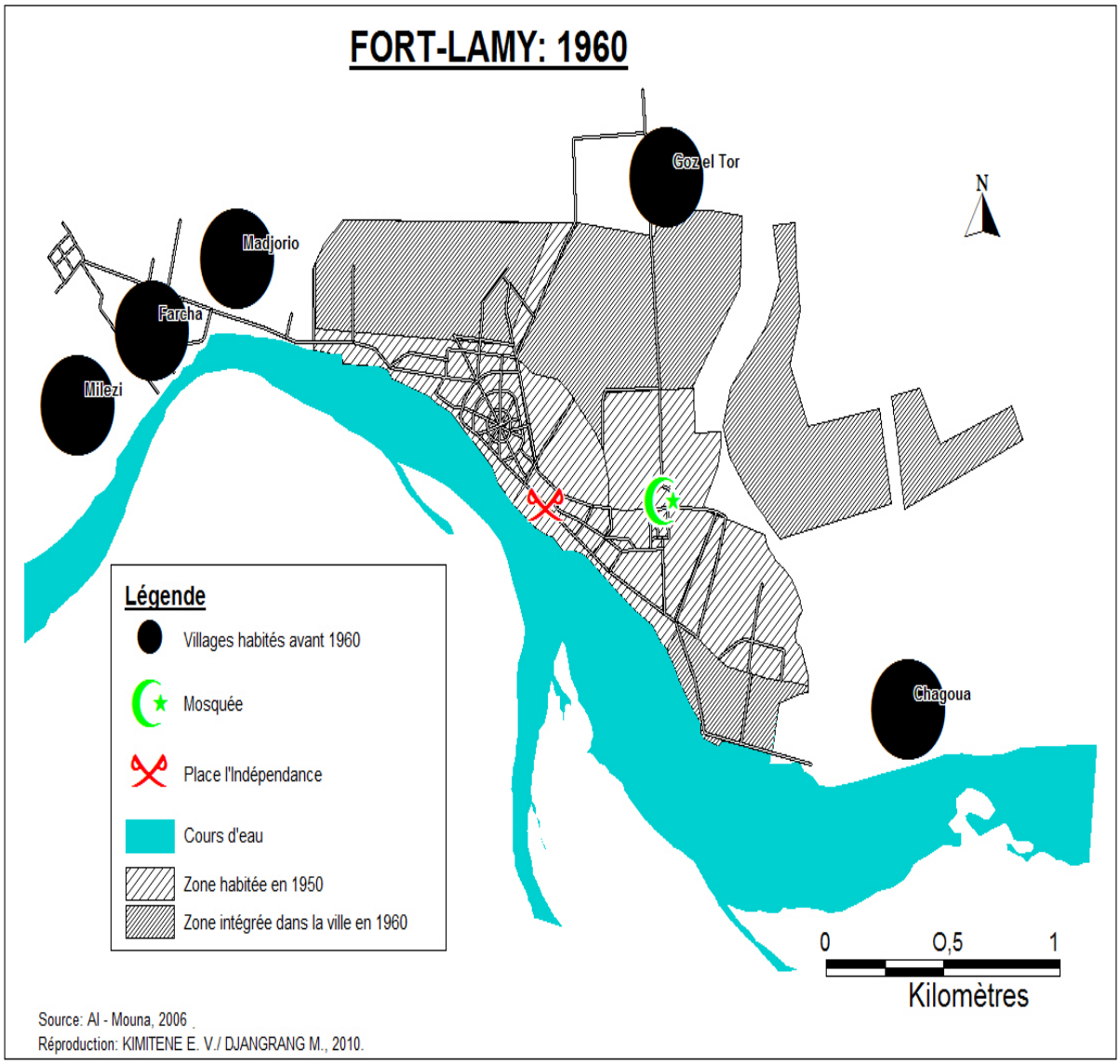
Les premiers afflux de populations diverses commencent en 1910 : des commerçants Haoussa et Kanouri ainsi que d'autres migrants arrivèrent par petits groupes et/ou par individus isolés jusqu'à la seconde guerre mondiale : C'est le cas des Arabes Toundjours fuyant la guerre du Ouaddaï, des Sara Madjingay, Kanembou, arrivant par fraction isolée. Des groupes plus importants vinrent entre 1914 et 1919, époque où bon nombre de Dadjo et Hadjaraïs notamment les Kenga et Bidio arrivent massivement et s'installent à Labito [autrefois quartier « 15 ans » au côté des Maliens et des Sénégalais. D'autres se retrouvent au quartier Gardolé à côté des Sara et Kotoko. Les Boulala arrivent en 1920. D'autres Sara notamment les Ngambaye [plus précisément les pêcheurs appelés « Mbaou »] s'installent dans des huttes des pêcheurs entre Chari et Logone sur le prolongement du territoire Kotoko du Madiago. Les Mandja et Baguirmiens devenus trop nombreux à Azéguene partent pour s'établir à Djambal Gato et Djambal Barh avec certains Ouaddaïens isolés et Kanouri.

Carte 8: ville de N'Djamena en 1906.



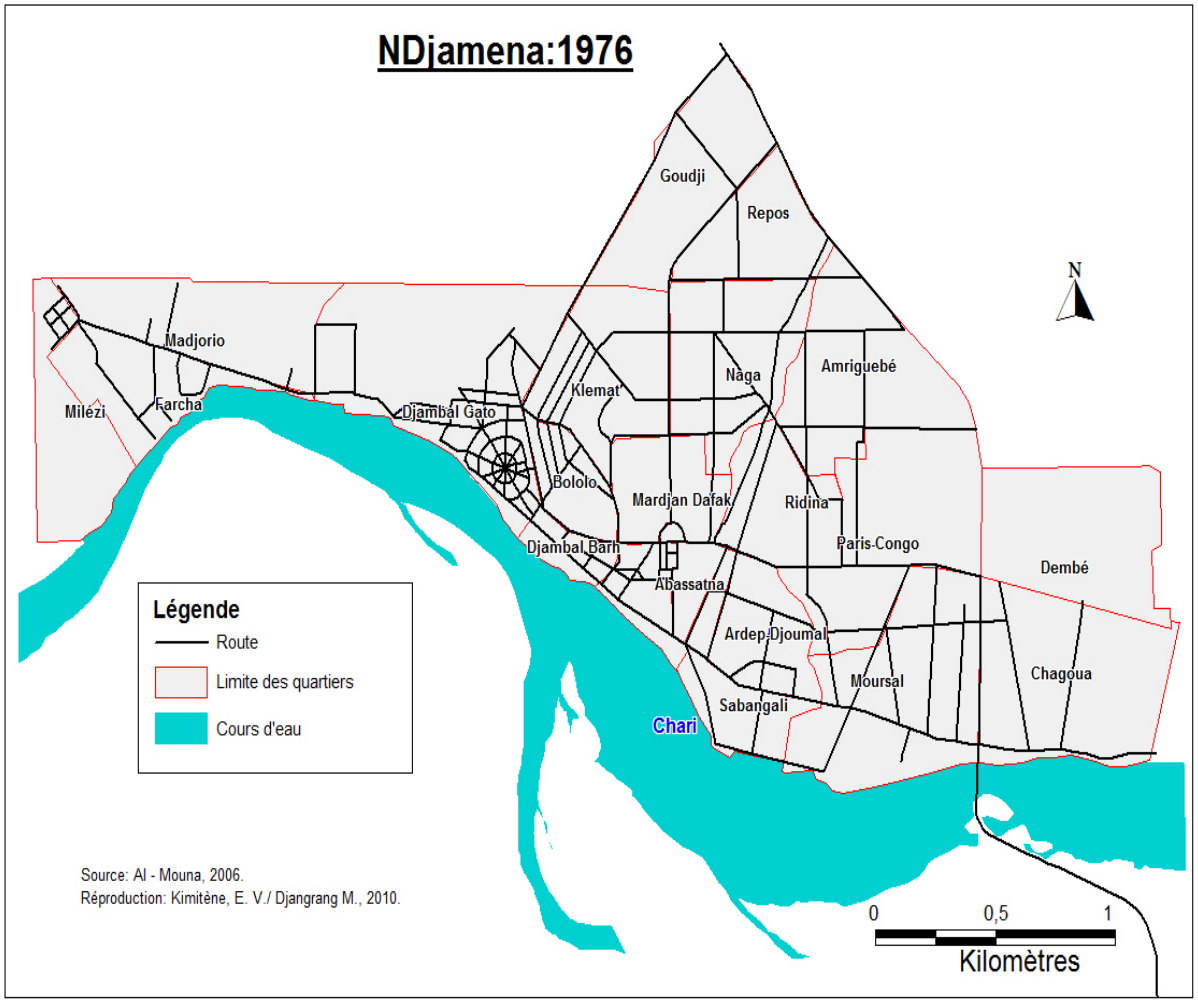
Finalement, les premiers habitants N'Djamena furent des soldats, des esclaves libérés, des chefs destitués auxquels vinrent s'ajouter des artisans Kanouri, Kanembou, Peuls. Entre 1914 et 1919, des nouveaux peuples plus importants s'installèrent à N'Djamena : Hadjaraïs et Boulala. De par son statut de capitale administrative et politique et les flux migratoires des populations nationales et étrangères, N'Djamena est la ville la plus cosmopolite du pays [on y trouve toutes les identités ethniques].

Carte 9 : la ville de N'Djamena en 1960.



La ville a subi de lourdes destructions en 1979 et surtout en 1980 au moment de la guerre civile http://fr.wikipedia.org/wiki/Guerre_civilequi dégénère en conflit nord-sud. Une bonne partie de la population d'origine méridionale avait alors quitté la ville. N'Djamena s'est fortement repeuplée depuis les années 1980 sans grands travaux d'aménagement ni même de réparation. Les infrastructures existantes ne sont pas suffisantes [voirie, alimentation en eau, drainage, ordures ménagères, électricité].

Carte 10: ville de N'Djamena en 1976.

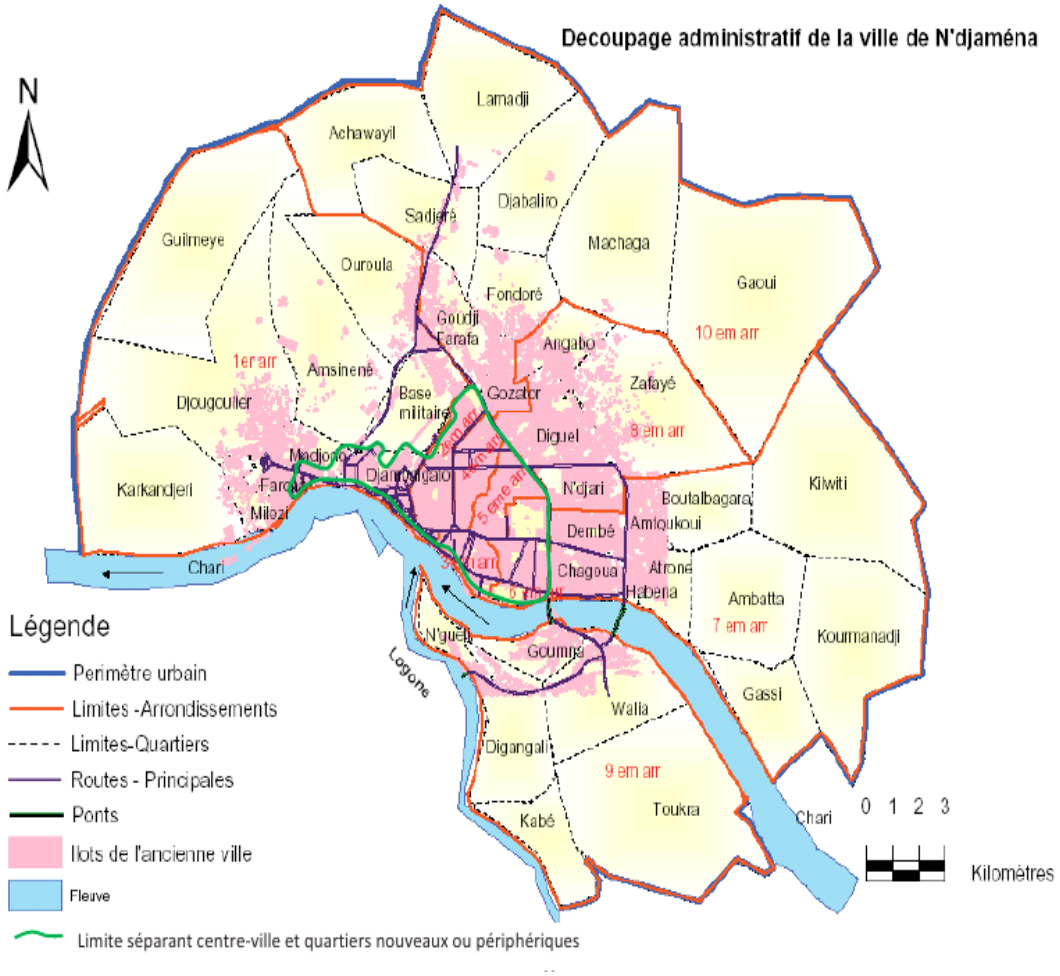


Les quartiers modernes, très verdoyants, se sont développés surtout vers l'aval, autour d'un noyau à plan circulaire, et le long de l'avenue menant à Chagoua. Là se situent les activités administratives et commerciales principales. Les quartiers traditionnels offrent un paysage tout différent : dans les mailles serrées d'un plan en grille se logent des maisons en briques de banco revêtues d'un crépi d'argile, disposées autour d'une cour et ne s'ouvrant sur l'extérieur que par une porte étroite. Les toits en terrasse évacuent les eaux de pluie par des gargouilles de fortune ; l'occupation de l'espace a gagné vers le nord-est et l'est. Deux villages suburbains, Farcha et Chagoua, ont été intégrés à l'agglomération.

Le développement spatial s'est fait par vagues concentriques autour du noyau originel du centre ville. L'évolution de la couronne se fit avec une forte tendance vers le nord et le sud-est. Avant les années 1979 - année de la guerre civile au Tchad – N'Djamena ne couvrait que 2500 hectares à l'intérieur de la voie de contournement qui étaient totalement

habités. Avec l'extension de 2002, la ville atteint une superficie d'environ de 7200 ha. En dix années, les besoins d'habitation ont dépassé ces surfaces [cf. le tableau 17]. La population supplémentaire est de 306492 personnes si l'on pose la différence entre 993492 et 687000. Aujourd'hui, avec l'effet conjugué de cette population galopante, la ville s'est étendue jusqu'à englober les villages jadis environnants de N'Djamena. De 7200 ha en 2002, on est passé à 19000 ha. On constate une extension rapide vers le sud, le sud-est et le nord-est. Cependant au sud-ouest et à l'ouest, le fleuve Chari et l'aéroport de N'Djamena constituent des obstacles à cette poussée vertigineuse de la ville. Cette extension de plus en plus forte de la ville de N'Djamena entraîne certainement l'expansion des marchés pour répondre aux demandes de consommation. Dans les années à venir et compte tenu des aménagements actuels, les services municipaux pourraient matérialiser les limites suivant le nouveau découpage administratif.

Carte 11 : les limites en cours d'urbanisation



Source : MATUH, 2013.

3.2. Une population d'immigrants

L'augmentation de la population et l'extension spatiale de la ville de N'Djamena résultent en grande partie des phénomènes migratoires que la ville a connus. Ceux-ci ont largement contribué à l'extension de l'espace urbain d'une manière générale et en particulier celui des quartiers Chagoua, Ndjari, Dembé, Diguel. Cette population de N'Djamena est plus immigrante que locale. Les flux migratoires marqués par l'exode rural et l'immigration économique sont les principaux facteurs de croissance démographique de cette ville. Devant cette perspective urbaine de croissance continue, l'organisation des espaces marchands apparaît de plus en plus nécessaire, surtout si l'on confère aux marchés urbains, les fonctions d'échange, et d'interconnexion sociale.

L'afflux des populations migrantes et immigrantes à N'Djamena s'explique par le fait qu'elle est la capitale du pays où siègent le gouvernement, les institutions politiques, les

représentations diplomatiques et consulaires. De ce fait, la ville de N'Djamena concentre à elle seule la majeure partie des grandes infrastructures socio-économiques du pays : les institutions de l'enseignement supérieur, les écoles professionnelles, les plus grands établissements secondaires, le plus grand hôpital du pays, le seul aéroport international... Depuis la mise en exploitation du pétrole au sud du Tchad, elle a connu des vagues migratoires à la recherche d'emploi. Car, N'Djamena abrite les grosses multinationales pourvoyeuses d'emplois dont leurs directions générales s'y trouvent : Esso, Petronas, Exxon Mobil ainsi les sous-traitants.

A N'Djamena, outre les migrations qui contribuent fortement à l'extension de l'espace urbain, les opérations de réaménagement et de "déguerpissement" dans certaines zones notamment des quartiers centraux ont provoqué le départ des populations vers la périphérie bouleversant ainsi l'organisation de l'espace urbain. Des quartiers de périphérie vont naitre et accueillir fois des déguerpis victimes de la modernisation des quartiers centraux et de nouveaux arrivants venus en général des provinces. Autre facteur, c'est la mobilité. Des nouvelles classes moyennes et mêmes supérieures qui se créent vont devoir accéder la propriété immobilière. Ainsi, elles vont migrer vers les périphéries pour s'y établir dans leurs propriétés.

Tableau 12: évolution de la population de N'Djamena [1910-2010]

Années	Nombre d'habitants
1910	3248
1937	9976
1940	12552
1947	18375
1960	80000
1968	126483
1993	687000
1999	721000
2002	800000
2009	993492

Tableau 13: rapport entre les recensements de 1993 et de 2009

Années	**1993**	**2009**	**En 10 ans**
Population N'Djamena	687 000	993492	306492
Soit			38,9%

Le deuxième Recensement Général de la Population et de l'Habitant [RGPH2], effectué au Tchad en 2009 donne un effectif total, pour la ville de N'Djamena, de 993492 habitants, soit 8,8% la proportion nationale [voir les tableaux précédents]. Ces données placent N'Djamena au premier rang des régions du Tchad. Cette population est répartie inégalement entre les dix arrondissements qui la structurent. En effet, 42,3% de la population sont concentrées dans le 7ème [23,2%] et le 8ème [19,1%] arrondissements. Pour le poids démographique des autres arrondissements, se référer au tableau ci-dessus. On constate que plus de la moitié de cette population réside dans les arrondissements qui se situent au sud et à l'est de la ville.

Tableau 14 : répartition de la population par arrondissement

Arrondissements	**Populations**	**Poids relatif [%]**
1er arrondissement	77817	7,8
2ème arrondissement	67983	6,8
3ème arrondissement	41305	4,1
4ème arrondissement	75096	7,5
5ème arrondissement	103019	10,3

6ème arrondissement	47420	4,7
7ème arrondissement	230905	23,2
8ème arrondissement	189916	19,1
9ème arrondissement	78241	7,8
10ème arrondissement	81790	8,2
Total N'Djamena	**993492**	**100**

Selon les calculs faits à partir des données RGPH2 de 2009, la densité moyenne de la population de N'Djamena est de 50,2 habitants par hectare. Elle varie d'un arrondissement à un autre. L'arrondissement le plus dense est le 4ème arrondissement [134,1 habitants par hectare. Il est suivi, dans l'ordre d'importance, du 5ème arrondissement [112,4 habitants/hectare, du 3ème arrondissement [100 habitants/km²], du 3ème arrondissement [103,2 habitants/ hectare] et 8ème arrondissement [94,4 habitants/ hectare] et le 7ème arrondissement [91,1 habitants par hectare. Les cinq autres arrondissements ont de faibles densités.

Tableau 15 : densité de la population par arrondissement

Arrondissements	**Populations**	**Surface [ha]**	**Densité [ha]**
1er arrondissement	77817	2310	33,6
2ème arrondissement	67983	1512	44,9
3ème arrondissement	41305	400	103,2
4ème arrondissement	75096	560	134,1
5ème arrondissement	103019	916	112,4
6ème arrondissement	47420	927	51,1
7ème arrondissement	230905	2533	91,1
8ème arrondissement	189916	2011	94,4
9ème arrondissement	78241	2143	36,5

10ème arrondissement	81790	3139	26
Total N'Djamena	**993492**	**19763**	**50,2**

La densité de la population de N'Djamena diffère d'un quartier à un autre[67]. Ainsi, les quartiers comme Ambassatna, Djambalbarh, Gardolé, Mardjandaffack sont très peuplés. Des quartiers nouveaux et qui correspondaient à la périphérie de la ville sont relativement moins peuplés : Abena, Gassi, Atrone, Walia, Boutalbagar…

3.3. Immigration et quartiers ethniques

Comme signalé précédemment, tous les groupes ethniques vivent en communauté dans la ville de N'Djamena. C'est une mosaïque de populations qui se sont établies dans les divers quartiers de la ville. Le dernier recensement permet de reprendre dans le tableau ci-dessous les principaux groupes ethniques.

Tableau 16 : Groupes ethniques de plus de 1 % à N'Djamena.

Groupes ethniques	**Populations**
Sara	19 %
Arabes	15 %
Ouaddaïens	10,8 %
Hadjaray	9,1 %
Goranes	6,9 %
Kanembou	5,8 %
Boulala	5,8 %
Marba	4,74%
Kanouri	4,3 %
Bornou	3,3 %

[67] MALAFOSSE, A. [1997]. *Services et équipements urbains dans les quartiers périphériques de N'Djamena*, Etude de faisabilité, N'Djamena, Marie de NDjamena.

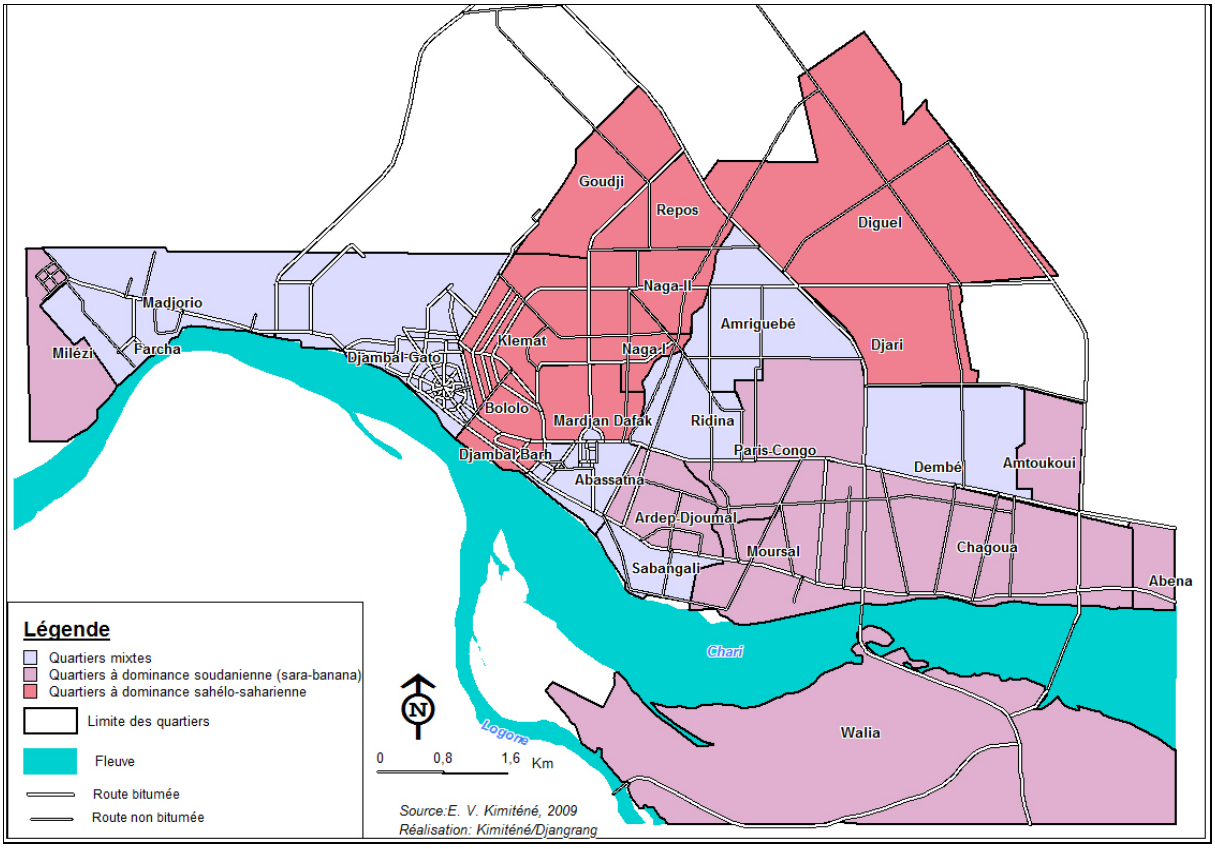
Kouka	3,2 %
Baguirmi	2,1 %
Kotoko	2,0 %
Toupouri	2 %
Moundang	2,3 %
Massa	2 %
Haoussa	1,3 %
Peul	1,1 %
Kim	1,05 %
Total	**83,4%**

Source : Mairie de N'Djamena 2009

Tableau 17 : Nationalités étrangères à N'Djamena [INSEED, 2009].

Nationalités	Proportion
Nigérians	3,1 %
Camerounais	2,4 %
Centrafricains	2,6 %
Soudanais	1,4 %
Sénégalais (y compris maliens)	1,3 %
Dahoméens (y compris Togolais)	0,5 %
Autres	4,2 %
Total	16,6 %

Carte 12: résidentialisation ethnique des quartiers



Si les différentes populations actuelles de la ville de N'Djamena[68] sont d'une installation récente, il est souhaitable d'en préciser les origines géographiques et ethniques qui restent présentes. Elles peuvent être groupées en quatre grands foyers humains tout en insistant sur le fait que le métissage entre les peuples pourrait brouiller cette classification:

- ✓ Bassins tchadiens ;
- ✓ Soudan équatorial ;
- ✓ Soudan occidental ;
- ✓ Angle oriento-égyptien.

a) Des foyers intérieurs tchadiens

[68] BCR [1996]. *Codes des ethnies du Tchad, nationalités étrangères, classes et diplômes à l'usage du recensement,* N'Djamena, BCR.

En provenance de l'intérieur du Tchad, les groupes ethniques les plus majoritaires à N'Djamena sont : Sara, Arabes, Ouaddaïens, Hadjeray, Gorane, Kanembou, Boulala, Marba, Kanouri, Bornou, Kouka, Baguirmiens, Kotoko, Toupouri, Massa, Haoussa, Peuls, Kim, etc.

b) Du Soudan équatorial

Le Soudan équatorial correspond aux territoires de l'ancienne Afrique équatoriale Française et de l'actuelle Afrique australe. Les groupes ethniques majoritaires sont : Banda, Mandja, Mbaka, Sango, Bakongo, Bamiléké, Bassa, Baya, Boulou, les Ewondo ou Yaoundé, Douala, Eton, Mvelé, Kongo, Kirwanda.

c) Du Soudan occidental

Le Soudan occidental comprend aujourd'hui l'Afrique de l'ouest où des petits groupes de Bambara, Dahoméens ou Fong, Mossi, Sarakolé, Sonrai, wolof [appelés communément Sénégalais], Peuls et Haoussa, Ibo et Yorouba souvent très passagers.

d) De l'angle oriento-égyptien

Les groupes de populations provenant de ces aires géographiques sont : les Fezzanais [berbères et bédouins] connus sous le nom de libyens, les Djallaba, les Juifs, les Syriens, les Libanais, les Indous ou indiens.

Après le groupe Sara, les Arabes constituent l'élément dominant de la ville : Benisset, Salamat, très importants aux environs de N'Djamena, les Hamadyé, Yessiyé, Ouled-Kanem, Ouled Abissé, les Toundjours. A l'exception des Ouled-Kanem qui sont des Sid-al-Djamal ou Abbala [chameliers en arabe, par extension nomade] et qui possèdent des troupeaux de chameaux, ce sont des Sid-el Bagarra ou Bagar [bœufs, en arabe], éleveurs de bœufs et de moutons circulant à cheval. Les Arabes Toundjours viennent du Ouaddaï, les Ouled - Kanem viennent du Nigeria, du Dagara et de la région de Massakori, les Hamadyé de Hadjer-Lamis, enfin les arabes Babalia sont originaires du Chari-Baguirmi. Repartis dans de nombreux quartiers de N'Djamena, ils forment une forte communauté à Ambassatna, à Arboussoulbak, à Gardolé, à Champ de course [où habite leur chef de groupe]. Ils habitent généralement en raison proximité des lieux de pâturage. Quelques uns vivent à Bololo, Djambalbarh, Mardjandaffack, Hillé Leclerc, Hillé Rogué où ils sont majoritaires.

Les Baguirmiens viennent des localités : Massénya, Abgar, Bousso, Ba-Illi, Mafling, Mandjafa, et Bougoumène. Ils habitent essentiellement Ambassatna [où vit leur chef de groupe], Gardolé, Mardjandaffack, Champ de course, Djambal-Barh. Les Banda peu nombreux habitent les quartiers des évolués et Paris-Congo.

Les premiers Boulala se sont installés à Djambal Ngato, actuellement groupés à Mardjandaffack autour de leur chef de groupe ou isolés à Gardolé, Ambassatna et Bololo. Ils sont originaires du Yao et Ngolo principalement, de Modo Doubounoro, Djémena, Djenebara, Kessé, Galabourram, Tilissi, Guela, Ounya et Loubana.

Les Hadjaraï, Boulala et Dadjo, en provenance du Guera et Batha et Ouaddaï se sont d'abord installés à Djambal Ngato, Gardolé, Ambassatna, puis à Mardjandaffack où habite leur chef de groupe.

Les Haddad [appellation péjorative qui signifie *forgeron,* en arabe] parlent l'arabe local et vivent en petits groupes, attachés en majeure partie aux différentes tribus arabes [Hamadyé, Benisset, Salamat, Acala, Ouéyissé, Toundjour] et aux Kanembou. Ils ne s'apparentent ni aux arabes, ni aux Kanembou. Ils sont considérés par les populations du nord comme des "esclaves", de par leur métier de forge [*Hadid*, fer sens littéral en arabe].

Les Haoussa constituent l'un des groupes les plus importants des populations sédentaires de N'Djamena, mais beaucoup, les plus nombreux, sont très saisonniers. Ce sont des commerçants pour la plupart du temps. Ils peuplent de nombreux quartiers : Champ de course, Gardolé, Mardjandaffack, Djambal- Barh. Ils proviennent du Nigeria [Sokoto, Kano, Azaré, Hadedja, Gombé, Zaria Postikoum, Baouchi] et du Niger notamment de Zinder. Un certain nombre d'entre eux, avant leur arrivée à N'Djamena, séjournèrent dans le sud du Nigeria [Lagos, Ilorin, Ibadan].

Les Kanembou, arrivés en petits groupes ou isolément, se répartissent dans les quartiers : Ambassatna, Bololo, Champ de course où habite leur chef de race[69], Djambalbarh, Gardolé. Ils viennent de l'ancien Kanem [Massakori, Dagana, Mao, Ngouri, Diguinetchi et Barh -el- Gazal].

[69] A N'Djamena, comme ailleurs dans les autres grandes villes du Tchad, les groupes ethniques sont représentés par une autorité appelée *Chef de race*. Désigné, celui-ci assure le lien entre l'Administration, les autres communautés et la sienne.

Les Diguinetchi, appelés communément Bornou, du nom de leur pays d'origine, le Bornou, habitent principalement les quartiers de Gardolé, Ambassatna, Ridina et Paris-Congo.

Les Kanouri font partie des groupes principaux qui peuplent N'Djamena. C'est en 1939 que nombre d'entre eux s'y installent définitivement, quoique d'autres commerçants viennent saisonnièrement. Ils appartiennent tous à la même classe sociale et viennent de Dikoa, Maiduguri, Ngala, Mongonou, Mogaditcho, Woulko, Marté, Ala, Masséné Wolo. Les premiers venus s'installent à Malari dans les Trois Marigots, puis à Djambalbarh, Gardolé, Bololo et Ambassatna, Champs de course et Hillé Leclerc.

Les Kotoko vivent groupés à Ambassatna et dispersés dans les autres quartiers : Gardolé, Djambalbarh, Bololo, Champs de course et Sabangali [où ils côtoient Kim et Besmé]. Ce sont des peuples originaires des cités Kotoko du Tchad et du Cameroun : Goulfei, Kousseri, Makari, et Gawi qui en composent le plus grand nombre. Parmi ces peuples, on trouve des pêcheurs en provenance de Logoune-Gana et Hollom qui vivaient en saison sèche sur les bancs des sables du Ngoumna, bras droit du Chari, en amont de la N'Djamena.

Les Ouaddaïens [Maba, Assonghoris, Massalit, Dadjo…], originaires du Ouaddaï géographique, sont établis à Bololo, Champ de course, Djambal Barh, Gardolé, Ambassatna et Mardjandaffack. Aujourd'hui, ils se retrouvent presque dans tous les quartiers de N'Djamena et excellent dans le commerce des boutiques de quartiers ou épiceries.

Les premiers Peuls ou Falata, appellation tchadienne, s'installent à Djambal Gato et à Djambal Barh. Ils arrivent à N'Djamena entre les deux guerres et il faut les distinguer des Bororo qui restent, de nos jours, nomades ou transhumants. Ils appartiennent aux sous-groupes :

- Ngarabé, du singulier Ngaradjo qui signifie joli, car ayant la peau claire. Ils sont éleveurs des bœufs semblables à ceux des arabes, c'est –à- dire noirs, roux et blancs. Les Ngarabé viennent de Maroua, de Sokoto et de Massénya.

- Illaga, singulier, Illadjo, du nom du fondateur [qui est un peul de Fouta-Toro] de cette fraction. Ils ont des bœufs semblables aux Ngarabé. Les Illaga, de Garoua, de Mindif, Ngaoundéré et de Sokoto. Les Hirlabé de Kano et de Sokoto.

- Hirlabé, singulier Hirladjo, du Hirla qui est le nom d'une rivière de Macina. Ils ont des bœufs à grandes cornes, grands et roux semblables à ceux des Bororo.

- Djafounen, Djafouno, du nom d'une ville voisine de Kano. Ils ont des grands bœufs blancs et noirs comme ceux des Bororo.

Originaires du Macina, les groupes ou/et sous-groupes Peuls viennent tous de la région des Sokoto et Kano au Nigeria, de Dosso et Taya au Niger et de Maroua, Garoua et Ngaoundéré au Cameroun. C'est précisément, les Peuls de Sokoto qui sont les premiers à s'établir définitivement à N'Djamena. Par contre, les autres n'y venaient que temporairement. Aujourd'hui, on trouve toutes ces tribus peules à N'Djamena : la majorité habite à Ardep-Djoumal, Gardolé et quelques petits groupes sont basés à Ambassatna, à Djambal Barh, à Mardjandaffack, à Bololo, au Champ de course où leur origine ethnique tend à disparaître au profit des groupes autochtones, en l'occurrence les Arabes Toundjour et Babalia.

Les Fezzanais et Djellaba [originaires de la Libye et du Soudan] habitent quant à eux les quartiers d'Arbou-Soulbak et Djambal-Barh. Ils font partie des groupes ethniques qui, pour la plupart, se sont établis pour l'exercice du commerce. Aujourd'hui, ils détiennent des grandes sociétés commerciales à N'Djamena comme dans toutes les régions du pays.

Les populations en provenance du sud du pays sont composées en majorité des groupes Sara : Ngambaye, Gor, Goulaye, Madjingay, Ngama, Laka, Mbay, Kaba, Niéllim, Toumak, Mouroum, pour ne citer que les plus fortes représentations ethniques. Dans le groupe Sara, les plus nombreux sont les Ngambaye qui sont originaires de Bebidja, Bénoye et Moundou. Les Gor viennent des localités suivantes : Doba, Bodo, Douada, Dyo, Bodo, Baga, Mbaya, Nyam. Les Gabri de Gam, de Déressia et de Lai, ils côtoient au quartier Kabalaye leurs voisins Kabalaye et les Mbay de Moundou, mais principalement ceux de Moïssala. Les groupes Sara se sont établis aujourd'hui dans plusieurs quartiers, plus au sud de N'Djamena : Moursal, Kabalaye, Paris-Congo, Ardep-Djoumal, Chagoua, Dembé, Abena, Amtoukoui, Atrone, Gassi, bien que certains d'entre eux y habitent faiblement Ambassatna [Ngambay et Gor], Djambalbarh, Mardjandaffack, Gardolé, Sabangali, Ridina. Les Boa, groupes apparentés aux Baguirmiens et Niéllim habitent Gardolé. Ils sont plus saisonniers que sédentaires.

Les groupes Banana sont issus des régions du Mayo-Kebbi et de la Tandjilé. Ils viennent respectivement Fianga, Léré, Pala, Bongor, Kélo, Lai, Gounou-Gaya: Toupouri habitent

beaucoup plus les quartiers Farcha et Madjorio. Tandis que les Moundang, Moussey, Nantchéré, Kado, disséminés entre Ridina, Chagoua, Amtoukoui et Dembé. Mais Massa, Marba partagent avec quelques Hadjaraïs, Besmé, Ngambay, le quartier Walia et Ngueli.

Les Kim viennent respectivement des quatre villages de Kolobo, Kim, Eré et Djoumane dans le Moyen-Logone en amont de Bongor. Le premier Kim qui s'installe à N'Djamena, serait venu de sa propre initiative avec sa femme. Il s'installa sur le banc de sable de Ngoumna, à côté des Kotoko, dont ils partagent les techniques de pêche, puisqu'ils sont pêcheurs par excellence. Les siens le rejoignirent et pendant la montée de crue, ils s'établirent à Sara De Gaule, Gardolé, Kabalaye, puis Sabangali et Chagoua. A la fin de la saison de pluie, ils repartent habiter dans des huttes sur les bancs de sable de Ngoumna et du Madiago qui se termine par un delta appelé « bec de canard ».

Après ces vagues d'arrivées, les quartiers de N'Djamena apparaissent différenciés non seulement par le nombre des habitants et la densité d'occupation, mais également par le caractère communautaire. Les Kotoko sont majoritaires à Ambassatna, les Boa ou Niéllim sont nombreux à Gardolé. Dans les autres quartiers, les populations sont mélangées bien que les Sara dominent à Moursal, à Paris-Congo, à Ardep-Djoumal, préférant se grouper ainsi dans un quartier où ils sont commandés par un des leurs chefs de races. Les Gabri qui habitaient auparavant Gardolé se sont déplacés à Sara-Degaule. Il est à noter que les quartiers de Djambalbarh et de Gardolé, très peuplés, groupent la majorité des Kanouri et que Sara-De Gaule, Sara Moursal et Kabalaye réunissent un important nombre de populations sudistes notamment les Sara[terme générique regroupant les populations des deux Logones, du Moyen-Chari et une partie de Tandjilé] et les Banana [terme péjoratif qui désignait autrefois les Massa et Moussey, mais aujourd'hui par extension, il désigne les diverses populations du Mayo-Kebbi et de la Tandjilé]. Par contre, dans les quartiers riverains du fleuve Chari à N'Djamena comme par exemple Milézi, Sabangali, Abena, Walia, Ngueli et Chagoua, se côtoient des groupes de pêcheurs tels que les Kotoko, les Kim, les Mbaou Ngambay[70], Besmé, Bodor et Massa. De ces tableaux il apparait que N'Djamena est une ville bipolaire[71] où les groupes nordistes musulmans et sudistes chrétiens se partagent les quartiers/ arrondissements. En fait, la ville de N'Djamena est

[70] MBAYTOUBAN ALNAGR, F. [1991] : *Conception du temps et de l'espace chez les Ngambay*, N'Djamena, Séminaire Saint-Luc, Travaux d'anthropologie, n°5, p 22.

[71]RABIER, Y. [1994]. *Politique internationale du conflit tchadien [I960- 1990] - Guerre civile et système mondial,* thèse de doctorat d'État en science politique, Paris, IEP de Paris.

divisée en 10 arrondissements. Les arrondissements [2eme, 6eme, 7eme et 9eme] situés au sud et à l'est de N'Djamena sont habités par les populations sudistes chrétiennes. On note toutefois une présence significative des sudistes dans les quartiers au nord-ouest, plus précisément dans le 1er arrondissement [Farcha, Madjorio, et Milézi]. Les autres arrondissements sont peuplés par les groupes nordistes et musulmans [1er, 3eme, 4eme, 5eme et 10eme]. Quelques minorités musulmanes et chrétiennes cohabitent avec les majorités culturelles et régionales.

En gros, le peuplement de la ville de N'Djamena suit une logique géographique et sociale - des affinités ethno-régionales – et a malheureusement dessiné un paysage humain en trois groupes de quartiers : les quartiers mixtes [quartiers où cohabitent saharo-sahéliens et soudaniens], les quartiers à dominance Saharo-sahélienne [appelés improprement « quartiers des nordistes ou musulmans »], les quartiers à dominance soudanienne. Au sud de N'Djamena, les quartiers sont peuplés majoritairement par les groupes soudaniens en particulier les Sara et les Banana venus des régions méridionales du pays.

Les raisons de l'installation des populations tchadiennes et des étrangers à N'Djamena sont toutes sous-tendues par des facteurs communs:

- ✓ Le travail et l'argent.
- ✓ la guerre civile
- ✓ les famines

Les travailleurs sont attirés en ville par le souci de trouver un travail et créer un service rémunéré ; les artisans trouvent en ville davantage de débouchés pour leurs produits ; les pêcheurs y vendent leurs poissons et les commerçants sont assurés d'y faire des bonnes affaires. Au début du peuplement de N'Djamena, parmi les occupants on trouve plus de célibataires de toutes origines ethniques qui viennent pour réunir l'argent nécessaire pour se marier et, une fois l'argent gagné, ils reprennent leur vie habituelle dans leur communauté. Aussi, des mariés qui y demeurent temporairement, et très souvent sans leur famille, font du petit commerce pendant la saison sèche. C'est le cas des Ouaddaïens et des Kanembou. Certains migrants, suite à la mauvaise récolte dans leurs villages, se sont établis à N'Djamena pour travailler afin de gagner l'argent indispensable à assurer leur subsistance en ville et celle de leurs familles restées dans les campagnes. En l'occurrence, les groupes arabes, Hadjaray, Mossi, Djallaba, Haoussa, Kanouri, Kim, etc. Pour d'autres, par contre, la mauvaise entente avec un chef local suffit pour justifier sa

migration. C'est ce qui explique les nombreuses vagues successives des Kotoko de Goulfei, Barma du Massénya et Bousso. Les mouvements des Massa vers N'Djamena sont dus, le plus souvent, à un conflit avec le chef.

Par ailleurs, de nombreux géographes et sociologues de la ville[72] sont unanimes sur une idée que la ville attire. L'attrait qu'exerce la ville en raison de la liberté, de la belle vie et de l'aisance qui, à l'opposé de ce qu'offrent les campagnes [qui demeurent plus traditionnelles et contraignantes], explique pleinement les différentes formes d'exode rural.

3.4. Une économie du commerce

L'économie de N'Djamena est dominée par la production tertiaire et le commerce. « Mais ce commerce est beaucoup plus informel que formel », selon les propos du Président de la Chambre de Commerce et de l'Industrie du Tchad, Souradj Koulamallah(2012).

Le commerce formel est assuré par des firmes ou des négociants souvent privés qui effectuent dans une large mesure la distribution des diverses marchandises sur une échelle très variable. Les grandes sociétés de commerce sont constituées pour la plupart de filiales internationales qui ont l'habileté d'écouler leurs produits à travers des succursales bien implantées dans le pays. Ce commerce est tenu parles sociétés d'import essentiellement. Il est favorisé par l'appui d'un réseau de banques [Banque des Etats de l'Afrique centrale, Banque Méridien BMBT, SGTB, Financial Banque, BSIC, CBT, Banque commerciale du Chari] et de nombreuses agences de crédit.

Le commerce informel est le plus répandu. Il est pratiqué par des petits commerçants qui assurent la vente aux plus petits détaillants. Ils vendent [sans payer de redevances à l'Etat] des quantités de produits divers [thés, poissons, viandes, médicaments, savons, dattes, arachides, cigarettes, huiles, sel, essence, pétrole, produits de maraîchages, produits artisanaux, céréales, etc.] sur les places des marchés ou à la sauvette voire aussi en ambulant dans les rues de la ville[73]. Ce type de commerce est développé et beaucoup de tchadiens le pratiquent de façon significative.

L'activité économique de N'Djamena est relativement hétérogène comparativement aux autres régions du pays [dominée par l'agriculture et la pêche] mais le commerce y est très

[72]RAULIN, A. op. cit ; OSTROWETSKY, S. op. cit ; LEDRUT, R. op. cit.
[73] BARDINET, C. [1976]. *La population des vendeurs du grand marché de N'Djamena*, Paris, Cahiers d'outre-mer.

dominant à N'Djamena. Soit 38% de personnes actives[74]qui pratiquent le commerce [formel ou informel].

Le commerce s'est beaucoup développé à N'Djamena grâce à un paysage très diversifié des marchands. A travers les marchés publics [on compte plus de dix marchés] et autres espaces marchands [Boutiques, étals, etc.] se développe un réseau de commerçants très puissants. A N'Djamena, les commerçants musulmans sont très dominants car, favorisés par les pouvoirs publics et très organisés de longue date en diaspora dans les pays voisins [Libye, Soudan, Nigeria], situés de part et d'autre des frontières; et ils ont dû diversifier leurs activités commerciales en investissant dans certains secteurs importants comme le transport et l'immobilier [Arditi, 2006 : 46].

La diversité des activités commerciales dans la ville de N'Djamena justifie la fréquence et les migrations des populations villageoises et régionales. En raison de son statut de capitale, N'Djamena assure à la fois une fonction économique et de services, et concentre la plus forte demande solvable du pays[75].Mais très malheureusement ou heureusement ce commerce apparaît plus ethnicisé qu'il y a quarante ans. En effet, la capitale N'Djamena est une mosaïque des populations tchadiennes. Les activités commerciales y sont diversifiées [presque, disons, une spécialisation par ethnie]. Déjà, les guerres civiles qui y sévissent de 1979 à 1980 ont fait fuir les commerçants étrangers, notamment les Syriens, les Libanais et les Grecs. Au pouvoir depuis 1960, les Sara, plus bureaucrates et moins mercantilistes, ont délaissé le commerce au profit des groupes arabo-musulmans : les Kanembu, Haussa, Bornou, Arabes, Djellaba, etc. Puis l'arrivée au pouvoir de Hissène Habré en 1982 et d'Idriss Deby en 1990 s'est accompagnée d'une vague de nouveaux commerçants plus puissants[76]: les Kréda, les Daza, les Ouaddaïens et les Zaghawa. Le marché de N'Djamena offre au final un tableau complet des espaces marchands tchadiens très fortement marqués par ces divers groupes socio-ethniques qui entrent en concurrence voire en conflit : progressivement le commerce y est polarisé et ethnicisé.

N'Djamena est une ville où les activités commerciales se polarisent : les activités varient d'une zone à une autre. C'est la première impression que l'on a lorsqu'on sillonne les

[74] INSEED [2010]. *La population de N'Djamena en 2009*, Inseed, N'Djamena.

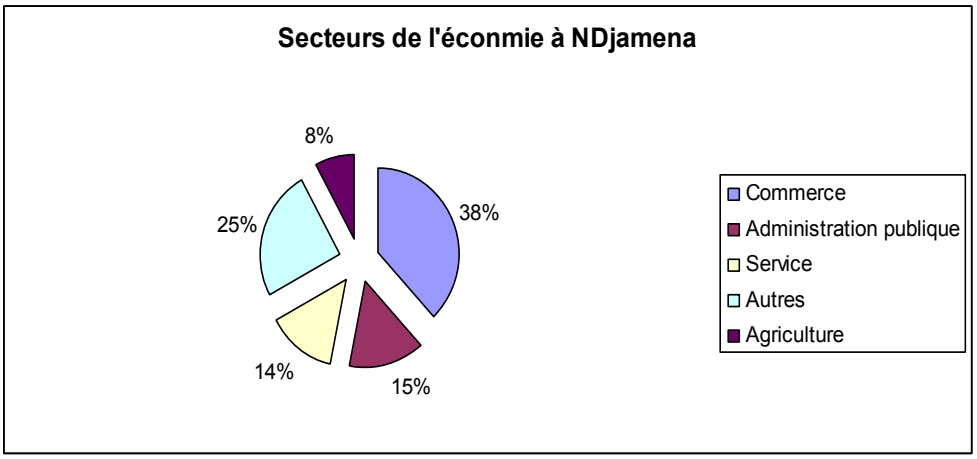
[75]. REOUNODJI, F. [2006]. *N'Djamena et le Lac Tchad,* atlas du Tchad, Jeune Afrique, p. 50.

[76] ARDITI, C. [2006]. *Le rôle des étrangers dans la constitution d'une classe commerçante au Tchad au XXème siècle,* in Méga Tchad, Paris, Connaître le Tchad, pp 21-26.

différents quartiers. Si les quartiers au sud de N'Djamena sont, dans la journée, timorés dans les affaires, dans la soirée ils sont chauds d'ambiance fêtarde accueillant dans les bars de nombreux noctambules. Dans les parties nord de N'Djamena, le monde s'accommode plus des affaires : les projets de voyages [Doubaï, Soudan, Arabie Saoudite…], les rendez-vous d'affaires, les commandes de marchandises à livrer aux partenaires commerciaux ou aux entreprises, des coups de téléphone interurbains ou internationaux pour se positionner par rapport à un avis d'appel d'offres. Dans cette partie, le commerce est très actif le jour.

Si le secteur du commerce est l'activité économique dominante de N'Djamena [38%], cette prédominance se justifie par le fait que, d'une part, elle est la capitale où les toutes les institutions de l'Etat y siègent ; d'autre part, sa position aéroportuaire [aéroport international et son voisinage avec Cameroun et le Nigeria] lui offre les facilités d'approvisionnement des marchandises en provenance de l'étranger tel par exemple, le Cameroun, le Nigeria, l'Europe et le monde asiatique].

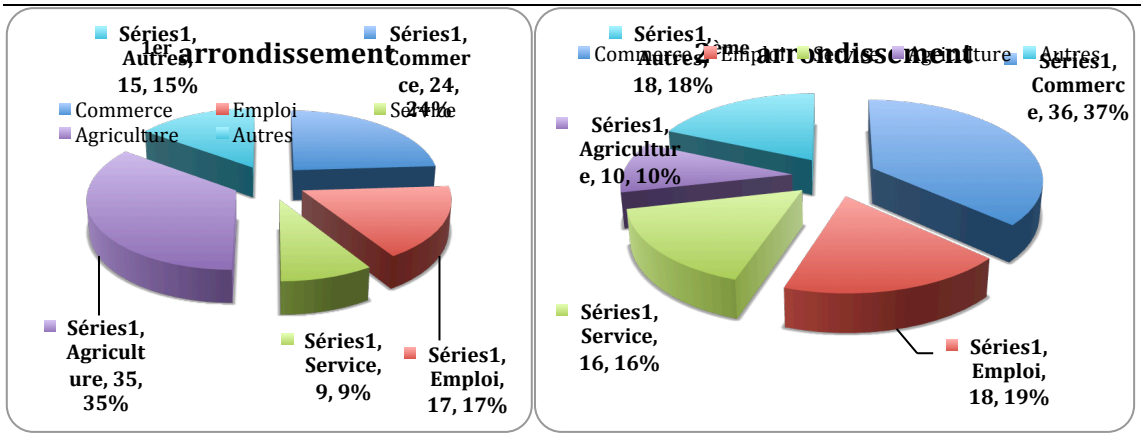
Figure 3 : principaux secteurs économiques de N'Djamena

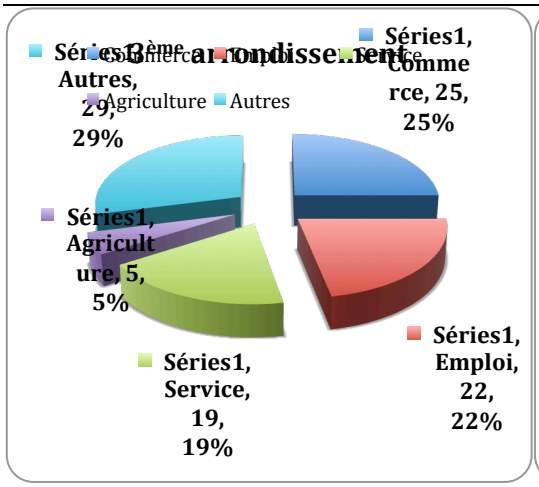


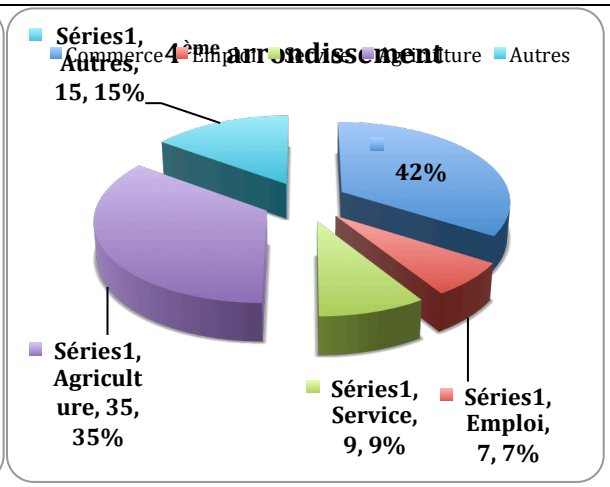
Source : données Inseed,2009.

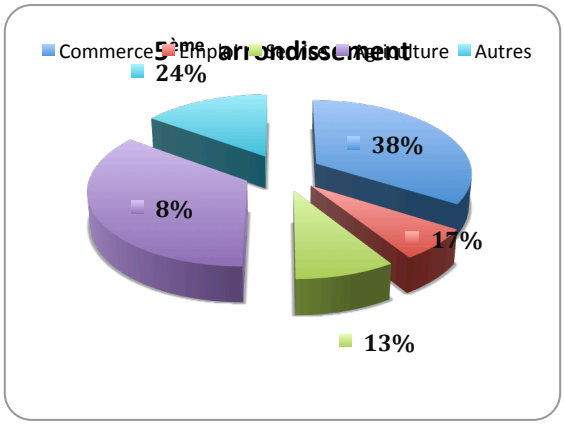
Par la centralisation des services administratifs, l'emploi dans le secteur public et privé regroupe 15 % des actifs. Les activités de services collectifs, sociaux et personnels occupent aussi une bonne partie de la population active [13,1%]. Même en ville, le secteur agricole, y compris l'élevage, enregistre une bonne part non négligeable au sein de la population active [8,8%]. Les autres activités dont la pêche, l'artisanat et le transport se répartissent les 11,1%.Par rapport aux activités commerciales, la répartition à N'Djamena varie d'un arrondissement à un autre. Le 3ème arrondissement est le lieu qui concentre le plus d'activités de commerce [42%], suivi du 5ème arrondissement [38%], du 2ème arrondissement [36%] et du 6ème arrondissement [35%]. Pour les autres branches d'activités par arrondissement, se référer aux figures ci-après :

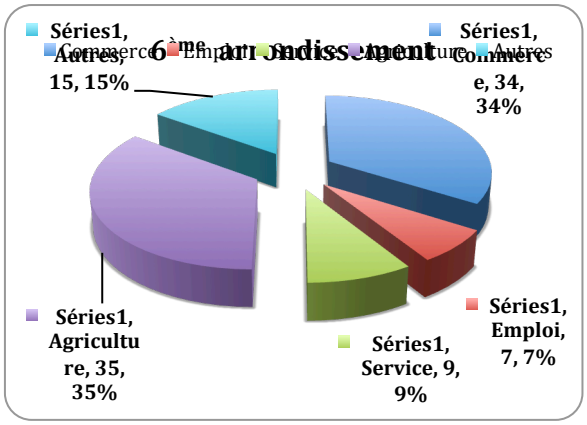
Figure 4 : principaux secteurs économiques par arrondissement

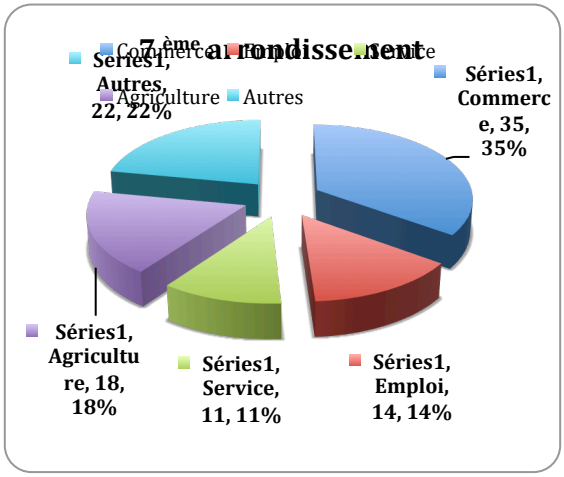


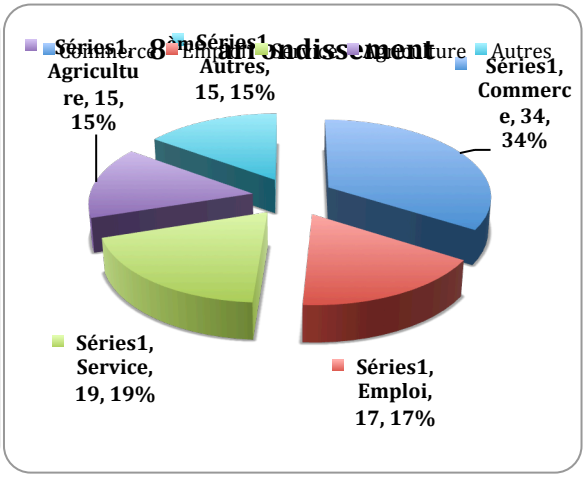

3ème arrondissement
Commerce
Emploi
Service
Agriculture
Autres
Séries1, Autres, 29, 29%
Séries1, Commerce, 25, 25%
Séries1, Agriculture, 5, 5%
Séries1, Service, 19, 19%
Séries1, Emploi, 22, 22%

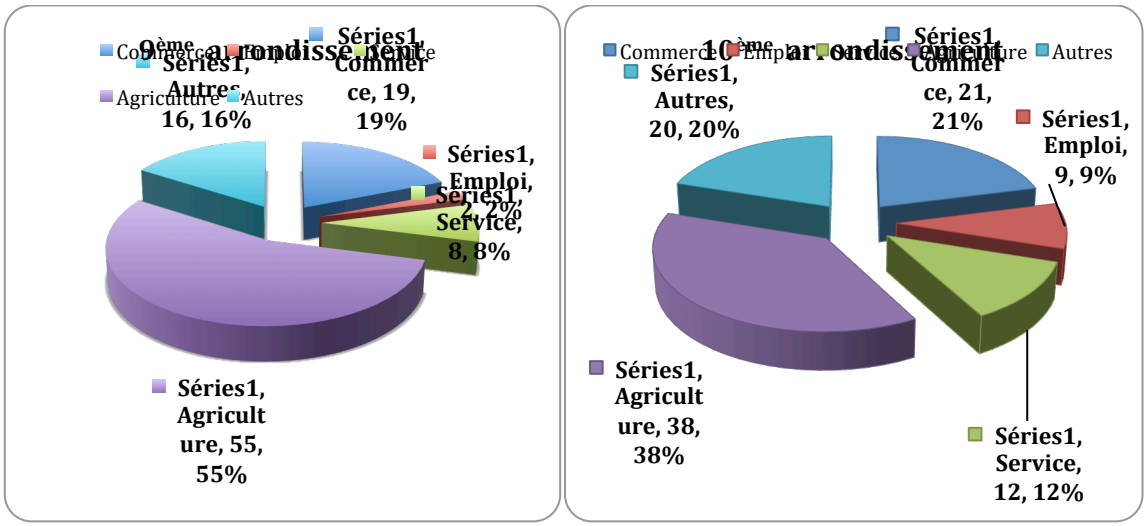

4ème arrondissement
Commerce
Emploi
Service
Agriculture
Autres
Séries1, Autres, 15, 15%
42%
Séries1, Agriculture, 35, 35%
Séries1, Service, 9, 9%
Séries1, Emploi, 7, 7%


5ème arrondissement
Commerce
Emploi
Service
Agriculture
Autres
24%
38%
8%
17%
13%


6ème arrondissement
Commerce
Emploi
Service
Agriculture
Autres
Séries1, Autres, 15, 15%
Séries1, Commerce, 34, 34%
Séries1, Agriculture, 35, 35%
Séries1, Service, 9, 9%
Séries1, Emploi, 7, 7%


7ème arrondissement
Commerce
Emploi
Service
Agriculture
Autres
Séries1, Autres, 22, 22%
Séries1, Commerce, 35, 35%
Séries1, Agriculture, 18, 18%
Séries1, Service, 11, 11%
Séries1, Emploi, 14, 14%


8ème arrondissement
Commerce
Emploi
Service
Agriculture
Autres
Séries1, Agriculture, 15, 15%
Séries1, Autres, 15, 15%
Séries1, Commerce, 34, 34%
Séries1, Service, 19, 19%
Séries1, Emploi, 17, 17%



Source : Direction des Impôts, 2012

3.5. Les espaces marchands n'djamenois

Deux typologies peuvent être établies concernant les espaces marchands définis dans le cadre de notre étude : les marchés publics et les voies marchandes.

a) Les souks de N'Djamena

A N'Djamena, il existe une dizaine de marchés inégalement répartis : le marché central, le marché du Mil, le marché de Dembé, le marché devenu Al Afia [au quartier Daga II], le marché Al Darazad [sis à Diguel], le marché de Farcha, le marché de bétail de Goudji, le marché de bétail de Diguel, le marché d'Abena, le marché Amkololo, le marché d'Atrone, le marché de Moursal, le marché de Walia, le marché de Ngueli…Un mot sur les trois principaux marchés de N'Djamena : le marché central, le marché du Mil, le marché de Dembé. Les plus grands marchés ou souks sont le marché central [11 ha] qui longe l'avenue Charles de Gaule fait face à la grande Mosquée et est situé dans le 3eme arrondissement entre les quartiers Ambassatna et Gardolé. C'est le plus moderne des marchés avec une enseigne répondant aux normes. C'est le marché le plus fréquenté : les expatriés et les nationaux de diverses origines se côtoient dans une ambiance de fête où les bruits de moto et taxis synchronisent les animations des discothécaires. Plus de 10 milles de personnes s'y déplacent tous les jours.

Photo1 : Marché central



Ph. Enquête, 2011Ph. P. Villecroix, N'Djamena 2010.

Le marché du mil est distant du marché central de 800 mètres à peine. C'est le deuxième marché de N'Djamena en termes de surface (9,5ha). Il longe les rives droites de l'avenue Charles de Gaule en direction du centre-ville et se situe dans le quatrième arrondissement entre les quartiers Blabline et Ridina. C'est le domaine des bazars. On n'y rencontre presque tout et pas seulement le mil comme le suggérerait son appellation : les céréales, textiles, téléphonies, Dr. Choukou[les pharmacies populaires], les bazars de quincailleries, le bois et verreries, matériels de cuisine, literie, pièces détachées, poteries…

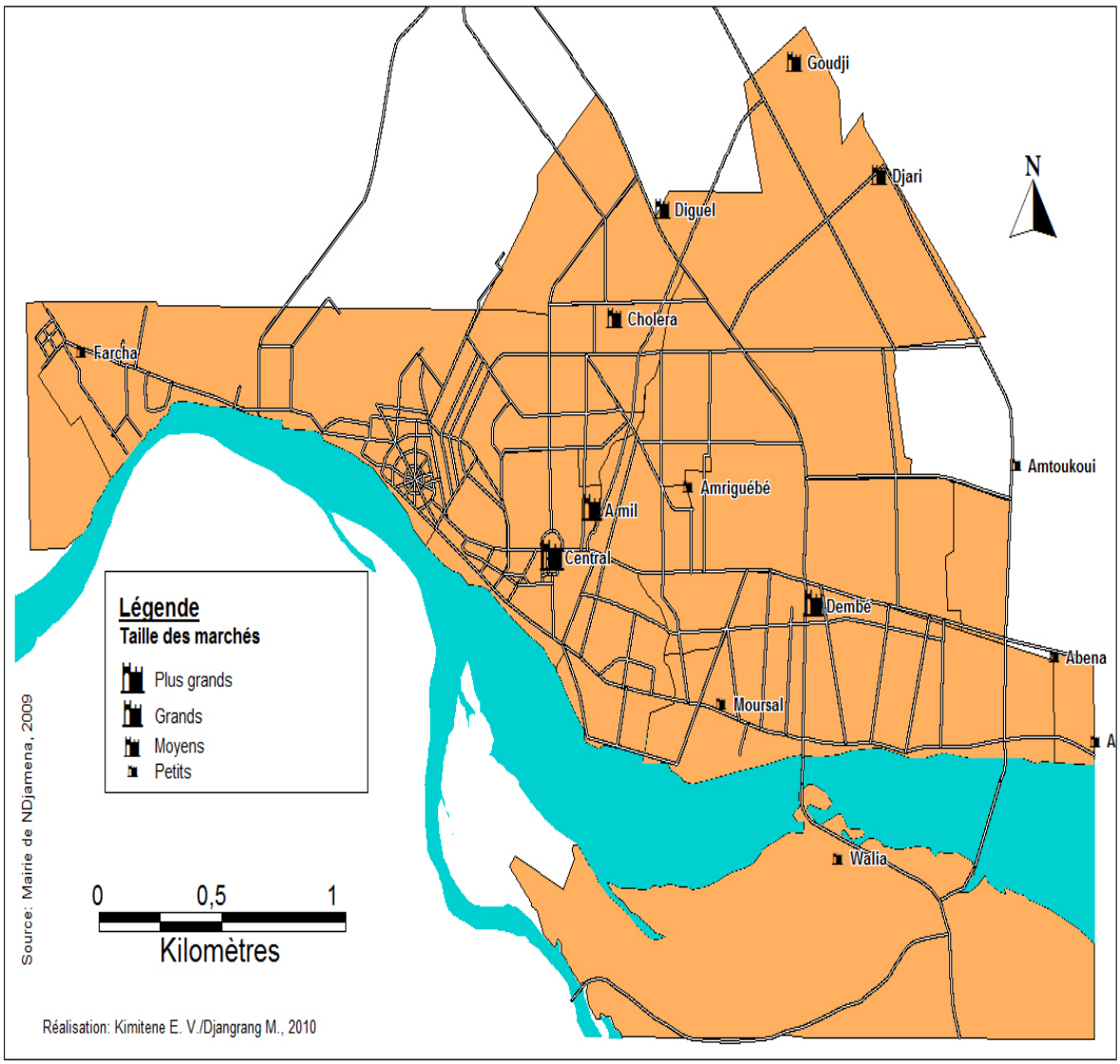
Photo 2 : marché de Mil et de Dembé.



Photo Marché de Mil, Enquête, 2011 ; Ph. P. Villecroix, Marché de Dembé vu du ciel, N'Djamena 2010.

Le marché de Dembé, de par superficie [9ha] se classe en troisième positon. Il est situé entre les quartiers Moursal, Chagoua et Dembé dans le septième arrondissement. Il arbore l'Avenue Charles de Gaule, l'Avenue du 10 Octobre et la Voie de contournement [la rue de tous les dangers d'accident de voiture ou de taxi-moto, les fameux clando]. C'est le domaine surtout de l'alimentaire. On y trouve céréales, légumes, poissons, viandes, de friperies, téléphonies, pièces détachés. Quelques quincailliers Kréda ont installé leurs magasins.

Carte 13 : localisation des marchés de N'Djamena



b) Les principales voies commerçantes

Les espaces marchands, ce sont aussi de nombreuses avenues et rues qui sont devenues de véritables lieux de marché. Les plus populaires et très actives en matière de commerce, ce sont :l'avenue Charles de Gaule qui est longue de 7 km et part du rond point de Dembé au rond point des Bœufs, l'avenue Mobutu [5 km environ], l'avenue Kondol à Moursal, la rue de 40 mètres, avenue El-Nimery, voie de Contournement à Chagoua, avenue de Goukouni Oueddei qui traverse Ardep-Djoumal, Moursal et Chagoua. Le boulevard Sao fait la jonction entre avenue Charles de Gaule et avenue Mobutu à partir du rond -point du centenaire au quartier Cent fils. Voici un extrait de reportage de Dokaly Alphonse,

journaliste au Cefod, sur les activités commerciales dans l'une des voies de N'Djamena, avenue Kondol au quartier Moursal :

Encadré n°2 : **avenue Kondol.**

Le quartier Moursal, au cœur du sixième arrondissement de la ville de N'Djamena sur l'avenue Kondol, il est 11 heures et demie. A l'entrée d'un bar, une dame est assise sur un tabouret. Elle s'active pour servir ses clients […]. La commerçante tire beaucoup de profit : "j'achète par exemple un sac de carpes à 40 000 francs [soit environ 60 €], je peux gagner 15 000 francs [soit 22 €] de bénéfice", nous confie la femme. Le gain me permet de payer mon loyer et la scolarité de mes deux enfants, ajoute-t-elle […].

Plus loin, dans un salon de coiffure mixte, une jeune coiffeuse tresse. Elle nous accueille avec un large sourire : "monsieur, voulez-vous faire coiffer sourire", elle me demande? Non, lui ai-je répondu. Elle nous renseigne sur ses activités. "Nous offrons à la clientèle un service varié : le noircisseur, la pédicure, la manucure, rasta, etc. ", énumère la coiffeuse. Et d'ajouter, "nous recevons entre cinq et dix personnes par jour". L'équipe est dynamique et expérimentée. Elle se compose de trois personnes, dont deux filles et un garçon. Ils sont tous des employés. Moi-même, j'ai déjà travaillé plusieurs années dans un atelier de coiffure. J'ai acquis beaucoup d'expériences. L'équipe réserve toujours un accueil chaleureux et offre un service de qualité et à prix réduit aux clients. Par exemple le défrisage coûte 2000 francs[77] seulement [soit 3 €].

Dans une boutique de prêt-à-porter située à trois mètres de là, deux jeunes garçons s'affairent. Au fond de la boutique, l'un d'eux, range des habits sur des étagères à l'aide d'un bâton, et l'autre, à la porte discute avec une cliente qui veut acheter un t-shirt. Le premier est le propriétaire de l'échoppe […]. "Regarde ce vêtement, il est très beau et il ne coûte que 1500 francs". La cliente le trouve trop cher. Au même moment, un jeune homme, âgé d'une vingtaine d'années environ, fait son entrée. Le boutiquier interrompt la discussion pour l'accueillir. Il demande le prix d'un habit : "combien coûte ce pantalon jeans", " Il ne coûte que 10 000 francs", lui répond, le commerçant. Le jeune homme débourse la somme fixée pour payer le vêtement […]. Le fripier Kanembou vend des prêts-à-porter de valeur qu'il a importés de Douala au Cameroun: des chaussures pour hommes et dames, des ceintures, costumes, des tissus, des cravates... "Je reçois beaucoup de clients : les jeunes et même des grands fonctionnaires qui se récréent dans des débits de

[77] Francs CFA.

boisson et autres centres d'affaires installés aux abords de l'avenue Kondol, achètent dans mon échoppe », déclare le vendeur […].

Les soirs, l'ambiance est à la fête. Des débits de boissons sont toujours remplis et animés. L'ambiance musicale faite de sonorités tchadienne et africaine, vibre les soirées. Cela perturbe le sommeil dans le quartier. " Le vacarme de musique dans les bars m'empêche de dormir", déclare un riverain. Même si la cherté de la vie sape le moral des ménages, l'avenue Kondol au quartier Moursal n'a pas sombré dans la morosité. La bière coule à flot dans les bars qui ne se vident que tard la nuit. "Peu de gens empruntent l'avenue sans s'y arrêter pour prendre un pot", rapporte un habitant du quartier […]".

La ville de N'Djamena polarise l'espace tchadien, ce n'est pas très original pour une capitale. Mais elle accueille du même coup les clivages marqués par les affrontements ethno-régionaux autour du pouvoir politique qui, il faut le signaler n'ont jamais visé le démantèlement du pays. Si les quartiers ethniques sont bien marqués à N'Djamena, la fonction capitale contribue-t-elle à les atténuer. L'activité marchande qui est fondée sur l'échange par définition et qui pourrait faire passer sa finalité propre par dessus toute autre considération y aide-t-elle ? L'ethnicisation du commerce qui renforce le commerce ethnique hérité de spécialité régionale en fait douter.

Deuxième partie : Le commerce ethnique et les réseaux marchands

Après avoir situé les contextes généraux de la recherche dans lequel s'inscrit le travail, nous allons maintenant présenter les situations concrètes du commerce ethnique. C'est véritablement ici qu'il faudra étudier le commerce dans toutes ses formes : branches spécialisées par groupe ethnique dans un espace où se développent diverses interactions. Il est question de voir d'abord les facteurs qui conduisent à ce type de commerce par les produits plutôt que par les hommes ? Nous avions déjà présenté quelques définitions méthodologiques. Reprécisons qu'il faut entendre, par commerce ethnique, un ensemble vaste de réseaux commerçants composés des individus ou groupes organisés et établis sur une période plus ou moins longue. Au Tchad, ces activités commerciales s'exercent sur un espace commercial plus vaste que la ville ou le pays et dont les réseaux marchands sont basés sur divers liens de parenté et d'alliance [Arditi, C. 2006].

De facto, les avatars de la politique et les vicissitudes de l'histoire ont fait de N'Djamena, une ville complexe dont les espaces marchands sont marqués par des frontières ethniques réelles et/ou supposées. Cette situation est sous-tendue par trois facteurs : démographique, historique, politique et religieux... Au recensement de 1993, la population de la ville de N'Djamena n'était que de 531 000 habitants. Mais avec l'effet de l'exode rural causé par les sécheresses, l'insécurité due aux rébellions et l'attraction urbaine, elle est aujourd'hui de plus de 993 492[RGPH2, 2009], faisant ainsi de N'Djamena le pôle économique du pays à travers le commerce et les services. La situation géographique, qui place la ville sur les rives du Chari, du Logone et en proximité avec le Cameroun et très proche du Nigeria, lui offre en outre cette opportunité énorme d'échanges commerciaux [Reounodji, Frédéric, 2000 :50].

A N'Djamena, ces activités commerciales ont connu depuis quelques années une expansion rapide à l'instar des grandes métropoles europeennes[78]. Si, autrefois, le commerce était limité aux marchés publics ou *souks*, aujourd'hui, il semble dépasser ce cadre et se déploie partout dans la ville : le long des voies principales [avenues,

[78] DESSE, R.-P. [2001]. *Le nouveau commerce urbain : Dynamiques spatiales et stratégies des acteurs*, Rennes, Presse Universitaire de Rennes, p.79.

boulevards, rues..] nous l'avons vu. Avec la nouvelle technologie de l'information et de la communication, l'espace du marché est devenu encore plus vaste et probablement moins visible du fait de transactions à distance et de livraisons ciblées. Il n'est pas possible encore d'aborder cet aspect nouveau du commerce qui s'attache bien aux habitudes de la livraison à domicile héritée du micro commerce de porte à porte. Mais un point commun le rapproche du commerce organisé en réseau : le réseau justement. C'est à quoi nous allons nous attacher.

Pour aborder la question de l'ethnicisation du commerce, nous allons étudier les réseaux et les circuits marchands. Pour cela, il faut d'abord partir de quelques généralités sur le commerce ethnique au Tchad, avant d'aboutir aux cas typiques de N'Djamena. A ce niveau, il est nécessaire de distinguer les cas informels et des types formels. L'analyse des modalités qui conduisent à ces catégories tiendra évidemment compte des rapports politiques, économiques qu'entretiennent les populations tchadiennes avec les pouvoirs publics.

Chapitre 4 : Généralités sur le commerce ethnique au Tchad

L'étude doit appréhender tous les aspects du commerce ethnique. Celui-ci revêt deux aspects: informel et formel. Mais, un aperçu au niveau régional peut être envisagé pour rendre compte de l'évolution et dégager une typologie du commerce ethnique dont l'expansion à N'Djamena a été très rapide. L'ethnicisation du commerce à N'Djamena est le résultat d'un processus complexe dont il importe de rappeler les facteurs qui le perpétuent au Tchad et en particulier à N'Djamena. Ce faisant, on sera amené à toucher certains aspects du commerce international sans perdre de vue notre sujet. Il s'agit tout simplement de montrer les liens qui existent entre ces réseaux et l'ethnicisation du commerce à N'Djamena.

4.1. Une vieille histoire

Les premiers réseaux marchands tchadiens remontent très loin dans l'histoire politique et commerciale du pays. Depuis le commerce transsaharien jusqu'à la période coloniale, les commerçants ou négociants se sont organisés en réseaux familiaux et d'alliances diverses. Comme partout en Afrique, le commerce s'effectue par famille ou groupe ethnique. Au Tchad, de nombreux groupes ethniques ont fait leur apparition selon le contexte historique et géopolitique différent. Le paysage commercial actuel du Tchad est vraisemblablement la résultante de ces anciens réseaux marchands. C'est aujourd'hui le cas avec les Djallaba et les Kanembou.

Originaires des vallées du Nil en aval de Khartoum, les Djallaba sont des commerçants itinérants venus du Soudan. Cependant, ils appartiennent à plusieurs groupes ethniques islamisés et nouent de fortes relations commerciales avec le Dar Four et le Ouaddaï. Mais, la conquête du Soudan par l'Egypte les oblige à fuir leur milieu et ils migrèrent vers le sud, voyageant en petits groupes en apportant des marchandises sur leurs ânes. Au passage, ils achètent des esclaves, de l'ivoire et les revendent à Abéché aux caravaniers. Marchandant dans la langue arabe, ces commerçants Djallaba diffusent la langue arabe et la culture islamique au Tchad et en particulier à l'est.

Les Kanembou et leurs cousins Kanouri, issus du grand empire Kanem-Bornou, dominaient vers le XIe siècle les circuits transsahariens sur de vastes territoires atteignant

même la Libye, le Soudan et l'Egypte. Comme les Djallaba, ils avaient tissé des réseaux marchands spécialisés dans le commerce d'ivoire, de plumes d'autruche et surtout d'esclaves. Autres groupes puissants à cette époque, les Bornou. Ils ont créé des réseaux tous aussi puissants avec les Berbères venus de la Libye.

Les Berbères sont des groupes de commerçants islamisés et établis au Kanem-Bornou. Cette coalition Bornou-Berbères était devenue si puissante qu'elle assurait le contrôle des échanges commerciaux développés entre le Soudan et l'Afrique du nord depuis le début du XIXe siècle. Musulmans, ces groupes ethniques connurent un développement rapide dans le commerce grâce aux réseaux religieux[79] qui consolidèrent davantage leur position commerciale [Baduel, 1996 :44]. Etudier ces réseaux marchands, c'est évidemment les envisager dans les diverses dimensions comme facteurs, liens et espace de circulation. Il y a des réseaux officieux comme mafieux ou occultes qui vont alimenter, tant au niveau national qu'international, le commerce ethnique.

Les réseaux marchands, en général musulmans nordistes, qui existent actuellement entre les commerçants de N'Djamena et ceux des autres régions du Tchad, fonctionnent sur la base d'anciens réseaux du commerce des esclaves. Pratiqué depuis des siècles par les groupes ethniques organisés en réseaux marchands et appartenant à divers royaumes anciens du Tchad[Baguirmi, Kanem- Bornou et Ouaddaï], le commerce des esclaves entre ces royaumes et le monde arabe, avait favorisé de diverses façons la création des groupes de commerçants musulmans qui se sont reconvertis pendant la colonisation dans des activités lucratives telles que le commerce des céréales et surtout du bétail entre le Tchad et le Nigeria[Arabes, Ouaddaiens, et aujourd'hui remplacés par les noiveaux venus tels les Gorane dont les Kréda, Daza et les Zaghawa sont les plus solides dans la matière]. Ces commerçants musulmans importent aujourd'hui d'importantes quantités de produits manufacturés et achètent, dans les régions du Tchad, des céréales, de l'arachide qu'ils revendent dans les principaux centres urbains de la région, en particulier la ville de N'Djamena. Habituellement, ils s'appuient sur des liens ancestraux régionaux et des réseaux nouvellement créés en ville. En effet, des liens existent entre ces commerçants de N'Djamena et leurs proches restés dans les autres villes du Tchad. Organisés en réseaux, ils possédaient des correspondants dans les principaux centres urbains du pays [Abéché, Moussoro, Mao, N'Djamena, Faya, etc.], et commercialisaient des produits locaux et

[79] LANNE, B. [1989].*Tchad-Libye, la querelle des frontières*, Paris, Karthala.

importés, dans un espace économique plus vaste [y compris N'Djamena], étendu à l'ensemble du pays avec des connections sous-régionales [au Soudan, au Cameroun, à la Libye et au Nigeria]. L'un des exemples de réseaux marchands inter-régionaux : la filière bétail sur les marchés régionaux où se mêlent des réseaux marchands complémentaires et concurrentiels, un autre très éloigné en apparence est celui de la banque. Les deux se ressemblent au fond.

4.2. Des exemples de réseaux marchands

Dans le circuit du commerce du bétail, il y a plusieurs réseaux animés respectivement par quatre principaux groupes d'acteurs : le réseau des convoyeurs, des courtiers, des vendeurs, des collecteurs et des commerçants grossistes exportateurs. Ici, il faut le préciser, il s'agit de réseaux nationaux. Les réseaux convoyeurs sont constitués des bergers qui opèrent généralement pour le compte des commerçants ou commerçants collecteurs. Ces bergers sont souvent d'anciens éleveurs ou des jeunes contraints par la conjoncture économique. Ils sont employés par des commerçants. Dans le circuit, interviennent des intermédiaires ou courtiers comme acteurs facilitant la vente entre l'acheteur et le vendeur. En outre, entre les éleveurs et le consommateur, il existe un réseau de collecteurs et autres petits commerçants de bétail. Ceux-ci assurent le relais commercial entre les campagnes et les villes. Ils travaillent pour le compte des exportateurs et ce sont eux qui sont chargés de constituer les troupeaux pour l'exportation. De nombreux collecteurs sont des anciens gros commerçants ruinés et reconvertis dans le métier de collecte. Mais, l'acteur le plus important dans ces réseaux du commerce de bétails est le commerçant grossiste exportateur. Ce dernier dispose d'importants capitaux et bénéficie d'un vaste réseau constitué à travers tous les grands marchés de bétail. Les marchés de bétail au niveau régional sont dominés par les réseaux commerçants basés à N'Djamena [pour le circuit de Ngueli à N'Djamena]. Les principaux marchés de bétail qui alimentent le circuit sont : Bitkine, N'Djamena-Boulala, Bokoro Dababa, Ngoura, Massaguet, Massakori, Dourbali, Goudji, etc.

En 2008, un nombre total[80] de 34 386 bovins, 6 275 ovins/caprins et 502 chameaux sont passés par le port de Ngueli/N'Djamena à destination du Cameroun et du Nigeria [dans les villes du sud du Nigeria]. Ce commerce d'exportation est soutenu par un réseau marchand très puissant, impliqué de longue date dans ces circuits. Ces circuits restent dominés par

[80]CEBEVIRHA, 2009.

un groupe oligarchique ayant des ramifications solides touchant même les organes d'Etat. Ni la structure d'Etat instaurée depuis les années 1980 avec la création de la SOTERA[81], ni l'institution sous-régionale, la CEBEVIRHA, ne peuvent contrôler ces circuits du commerce de bétail dominés par ces réseaux fortement tissés. Ces circuits sont relativement spécialisés : les intervenants les mieux implantés sont le plus souvent composés d'Arabes et Peuls, car liés à la production du bétail [éleveurs et fils d'éleveurs]. Et aujourd'hui, d'autres nouveaux groupes ethniques plus puissants s'y sont investis et y développent des réseaux plus solides. Il s'agit de Goranes, Zaghawa, Kréda. Profitant de leurs liens avec le pouvoir, ces derniers ont pu créer des réseaux puissants et exercent un monopole sur l'ensemble des circuits du commerce de bétail au national et à l'international. Les circuits nationaux du commerce de bétail suivent les itinéraires suivants :

→ Moundou - N'Gaoundéré

→ Léré - Maroua- Maiduguri

→ N'Djamena- Kousseri - Maiduguri

→ Bongor- Yagoua-Maroua-Maiduguri

→ Lac-Maiduguri

→ Faya-Koufra-Tripoli

→ Adré – El-Geneina

→ Maro-Bossangoa-Bangui.

[81] Pour SOTERA, voir la liste des sigles et abréviations [p.3].

Photo 3 : Troupeaux dans le marché de bétail de Diguel



Bien qu'appartenant au secteur le plus moderne de l'économie, et en particulier au niveau de N'Djamena, il est indéniable que les banques, sous diverses formes, participent au développement du commerce même des produits traditionnels, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur. Les Banques, au Tchad, offrent en général deux types d'activité : l'activité commerciale et les placements. Les crédits d'investissement dans des branches spécifiques telles que l'agriculture, l'immobilier, le transport sont souvent rares et quand ils existent, les conditions d'accessibilité sont souvent méconnues des clients. Les taux d'intérêts appliqués aux particuliers sont pratiquement identiques à ceux appliqués aux entreprises, à la seule différence que les entreprises bénéficient d'une plus grande facilité d'allégement lors des négociations. Il va donc sans dire que les opérateurs économiques tchadiens puissent rencontrer des difficultés au niveau des types de crédit et encore plus, lors des procédures d'octroi des crédits. Les différents types de crédit existant et la facilité d'accès à ces crédits varient selon les banques et le type de garantie que l'emprunteur offre.

De nombreuses entreprises, souvent des PME, recourent aux banques, dans la mesure où elles peuvent se porter garantes d'opérations ou de contrats signés par des entreprises, grâce à différentes cautions sur marché [soumission, avance de démarrage, bonne exécution, retenue de garantie…] mais également grâce à de nombreux autres types de cautions [douanières, fiscales, études, litiges, rapatriements, etc.], voire aux avals de traite et autres garanties bancaires. Ainsi, pour obtenir facilement un type de crédit auprès des

banques, les commerçants s'appuient sur des liens familiaux, religieux, ethniques ou géographiques des banquiers. Tous les groupes sociaux ont recours à ces liens intra-bancaires pour bénéficier des offres de crédits ou autres faveurs. Les commerçants, en majorité musulmans et nordistes, sont les meilleurs récipiendaires, d'autant plus que beaucoup de responsables bancaires [DG] sont nordistes musulmans et très liés à leurs proches commerçants. Contrairement aux sudistes chrétiens, moins soudés avec les proches dans les affaires, les nordistes musulmans prêtent davantage à leurs proches commerçants en fonction de leur position dans les banques. De plus, dans les directions des banques, il y a très peu de sudistes qui occupent des postes supérieurs. A l'heure actuelle, seules la SGTB et la BSIC TCHAD comptent deux responsables sudistes de haut niveau. Par contre, les nordistes musulmans, parce qu'ils y ont des actions, sont plus nombreux. Une vingtaine de responsables dirigent des banques comme : Banque Internationale pour l'Afrique au Tchad [BIAT], Banque Tchadienne de Société Générale Tchadienne [BTSGT], Banque Agricole du Soudan au Tchad, Banque Commerciale du Chari [BCC], Commercial Bank Tchad [CBT]. L'ORABANK TCHAD [ex Financial Bank] compte trois personnalités politiques, nordistes et musulmanes, au sein de son Conseil d'Administration.

4.3. Les réseaux clientélistes

Le clientélisme - une faveur injustifiée accordée à une personne souvent en échange de son soutien politique – est une pratique courante au Tchad et elle s'est accentuée au cours des trois dernières décennies[82].

Dans le contexte du Tchad, le clientélisme politique a toujours existé. Déjà, au temps des royaumes [Kanem, Baguirmi, Ouaddaï…], tous les commerçants devaient offrir aux rois des cadeaux divers : femmes, eunuques, robes brodées, cuirs travaillés, cola… afin de pouvoir exercer leur activité sans entraves. Mais après les longues années de guerres civiles post-indépendance marquées par les clivages ethniques, régionalistes et religieux, le clientélisme politique s'est accentué notamment après la guerre civile de 1979 entre les

[82]. L'arrivée au pouvoir des Toubou, à partir de 1980, a été suivie d'une politique d'élimination des commerçants musulmans, principalement des Arabes, qui contrôlaient jusque-là les principaux circuits marchands du pays [céréales, bétail, produits importés].

nordistes musulmans et sudistes chrétiens, d'une part ; d'autre part entre les groupes du nord impliqués par la prise et le contrôle du pouvoir central [en 2008 entre Anakaza et Zaghawa ; en 1998 entre Teda et Zaghawa ; en 1991 entre Zaghawa et Hadjaray ; en 2005 entre Zaghawa et Tama ; en 2008 entre Ouaddaïens et Zaghawa ; en 1993 entre Kanembou et Zaghawa, etc.].

Depuis les années 1980 marquées par l'arrivée au pouvoir en 1979 de Goukouni Oueddei [un Gorane Teda], en 1982 de Hissène Habré [un Gorane Anakaza] et surtout en 1990 d'Idriss Deby Itno [un Gorane Zaghawa], le clientélisme politique et la discrimination se sont accentués. Sous Oueddeï et Habré s'est donc développée une politique d'élimination des autres groupes ethnique dans le commerce. Ce fut le cas des Arabes et autres sudistes qui contrôlaient quasiment les réseaux marchands intérieurs et extérieurs du pays. Et, cette "politique ethnique" a été suivie d'un remplacement systémique des arabes et sudistes par les Goranes [Teda, Daza, Anakaza, Kréda, Kamadja, etc.]. Sous Deby Itno, l'Etat est devenu ouvertement clientéliste : il est caractérisé par un système politique dans lequel le régime [UNIR sous Habré et MPS sous Deby Itno] domine et s'accapare l'appareil étatique, les biens collectifs, ainsi que les circuits officieux et mafieux du commerce, dans le but d'assoir l'hégémonie de son clan sur les autres. Ainsi, des relations de diverses formes sont nouées entre les secteurs entiers de l'État [ministères, organismes financiers comme les douanes, etc.] et des groupes catégoriels organisés [associations patronales, syndicats, etc.], d'une part ; entre les cadres publics et leurs proches [s'appuyant sur les affinités claniques, ethniques, familiales, corégionnaires et coreligionnaires, etc.], d'autre part. Cette politique clientéliste se maintient dans le dessein de se légitimer aussi bien par son pouvoir politique que d'assurer à leurs proches une assise sociale, économique et même identitaire.

Le clientélisme politique est un fait au Tchad et il existe sous diverses formes : échange de faveurs contre des soutiens politiques entre des hommes politiques et des électeurs afin de mobiliser, pour une cause politique ou à l'occasion d'une campagne électorale, des réseaux de soutiens informels[83] . De ce fait, le clientélisme est une forme de corruption dont la

[83] Les délégués des commerçants du marché central de NDjamena organisent le mercredi 16 juin 2010 à la place dudit marché un grand meeting de sensibilisation et de mobilisation de la population en vue du recensement électoral. Dans son intervention, le président des délégués des commerçants du marché central, a exhorté ses pairs à une grande mobilisation et d'indiquer que « se faire recenser est un devoir et un acte patriotique », a-t-il indiqué. Ce

particularité est d'être davantage fondée sur un échange social et économique que directement financier.

Les différents régimes qui sont succédé au Tchad ont été amenés à métamorphoser leurs proches combattants [Sara, Goranes, Arabes, Ouaddaïens, Hadjaray, etc.] en commerçants et certains furent imposés comme interlocuteurs privilégiés dans les institutions publiques, par exemple, l'Office national des céréales, tandis que d'autres tenaient les postes juteux comme les douanes les plus stratégiques du pays en terme de recettes des proches qu'il "faut récompenser". D'aucuns se sont octroyés le monopole d'importation des produits géostratégiques [à des groupes Arabes, le gasoil et l'essence du Nigeria] avec des franchises moins onéreuses.

De nombreux exemples existent: des jugements de commerce en faveur des commerçants proches du pouvoir, ou une personnalité politique qui octroie des avantages divers [BCA, crédits sur fonds trésor, exonérations des taxes, facilités douanières, appels d'offres, etc.], en échange d'un soutien passé ou futur [vote, soutien de la campagne électorale, prise de pouvoir...]. Les députés tchadiens sont souvent cités pour clientélisme en faveur de leurs administrés locaux, en faisant pression sur le gouvernement pour l'obtention d'avantages sous diverses formes en faveur de leur circonscription. Les fonds provenant de l'exploitation d'importants gisements pétroliers et de ciment situés dans le sud sont détournés dans les milieux du pouvoir et octroyés aux commerçants et hommes d'affaires musulmans [Arditi, 2003 :20]. Ce clientélisme est entretenu, sous diverses formes, au nom d'une certaine géopolitique tchadienne.

L'équilibrisme géographique, politique et économique entre les régions du Tchad est une philosophie née après l'Indépendance du Tchad. Il consistait au temps des régimes sudistes à développer les régions du nord du pays afin de compenser les disparités naturelles : d'où les termes péjoratifs du « sud utile» en opposition à un "nord inutile". Il s'est ensuite étendu au domaine politique et il était marqué par une politique de promotion des nordistes dans l'Administration [nomination des nordistes comme ministres].

---

n'est aussi fortuit quand le directeur du marché central de N'Djamena demande clairement aux commerçants à une plus grande mobilisation : « faites-vous recenser à 100% ».

Les groupes du nord, une fois arrivés au pouvoir dans les années 1980, inversent totalement la donne. La géopolitique va alors consister non pas à compenser les disparités naturelles dans les régions [jusqu'ici opérées par les régimes sudistes], mais surtout à équilibrer le nord et le sud, voire prendre l'ascendant sur le sud. Ainsi, des services publics, l'administration, le gouvernement sont dominés par les nordistes. Les fonds publics sont détournés pour aider les groupes du nord. Des commerçants nordistes musulmans sont privilégiés au détriment des sudistes. La privatisation des entreprises publiques au Tchad a tourné à un partage familial plutôt qu'à la bonne foi de libéralisation du secteur privé. Entre la fin des années 1980 et le début des années 2000, treize sociétés d'économie mixte, quatre banques et vingt-cinq établissements publics sont "octroyés aux individus ou groupes proches du pouvoir"[…le cas récemment avec la délivrance des passeports et des permis de conduire]. Car, ces privatisations ne s'inscrivent, en général pas, dans une réelle politique de libéralisme visant à favoriser le secteur privé, mais plutôt à brader les sociétés et avoirs publics aux mains des proches, soit disant " opérateurs économiques".

Malheureusement, cette géopolitique interne tchadienne s'est résumée en une opposition du Nord contre le Sud [Magrin, 2002].Cette représentation binaire est un fait au Tchad. Elle reste tout de même simpliste et caricaturale. Et, dans le contexte actuel, l'usage de cette politique creusera davantage les fossés entre les populations tchadiennes. Tant que ces identités de " nordiste " et " sudiste " persisteront, comme instruments politiques, il sera difficile aux tchadiens de réaliser l'unité du pays. Ainsi, la géopolitique équilibriste tchadienne apparait plus une politique bancale inégalitaire qu'une réelle philosophie redistributive. Pour comprendre comment l'altérité tchadienne et la mentalité des populations tchadiennes ont évolué, une socio-anthropologie[84]de ces groupes humains s'avère indispensable.

Depuis la fin de la guerre civile de 1979, les dirigeants du pays à N'Djamena sont tous issus de groupes nordistes musulmans [sahariens et/ou sahélo-sahariens] qui fonctionnent sur le système lignager et pour qui les fonctions étatiques se confondent avec l'organisation clanique. Originaires des régions arides et semi-arides à l'environnement très difficile, ces populations [pas tous] pratiquaient la razzia dont le butin devait être partagé en famille. Au regard de cet éthos, celui de ces groupes nordistes et musulmans,

[84] OLIVIER DE SARDAN, J-P. [1998]. *Anthropologie et développement : essai en socio-anthropologie du changement social*, Paris, Karthala.

amène à considérer que l'Etat est perçu comme une caravane à piller [Magrin, 2002]. Dans la mesure où les rébellions sont l'occasion de mutations socio-économiques : du mode désertique des chameaux, on passe au mode citadin des voitures 4X4.

A l'inverse des groupes sahariens, les populations issues des sociétés étatiques anciennes du Sahel comme le Kanem, le Ouaddaï, le Baguirmi ou celles du sud impliquées très vite dans la gestion de l'Etat moderne sont exclues du butin depuis 1980. De nombreuses populations [Musulmans et Chrétiens] ne sont pas surprises par ces violences et prédations orchestrées par ces groupes au pouvoir. Le civisme de la démocratie et de l'école prend du temps. Si, dans les milieux nordistes, les groupes issus des aristocraties sahéliennes bénéficient d'un traitement favorable au nom de l'islam, l'homme sudiste - rural ou citadin - est marginalisé et promu aux postes subalternes. Même s'il en est qui sont au plus haut niveau, leur rôle reste celui de Laoukoura[85], synonyme d'aide de camp du Chef et dépourvu de pouvoir réel. Dans les espaces urbains, les populations sudistes, en majorité des jeunes sans emplois, sont devenus marmitons employés marginaux chez les nordistes ["Fonctionnaires de rue 40"] et vivent souvent dans les quartiers périphériques où l'alcoolisme domine. Entre temps, dans les centres huppés de N'Djamena, l'ex-combattant transformé en citadin se trouve associé à l'élite dirigeante, bénéficiant de la rente de l'Etat et d'une impunité totale.

Si, dans le contexte actuel, les nordistes [commerçants ou pas] bénéficient des largesses des "régimes nordistes équilibristes", des commerçants sudistes devraient aussi en bénéficier, au nom de la "géopolitique compensatrice". Cette dernière politique consiste à aider les régions où sont exploitées les ressources naturelles. C'est un droit : la loi[86] du 30 décembre 1998, qui affecte 5 % des redevances au développement de la région productrice [en sus de la part des dépenses nationales revenant à cette région], devrait impulser la

[85] Le terme signifie en Ngambay « aide de camp du roi ».

[86] Le Parlement tchadien a adopté, le 30 décembre 1998, une loi énonçant les objectifs gouvernementaux de réduction de la pauvreté et précisant les modalités d'utilisation des revenus pétroliers. Cette loi prévoit l'affectation de 10 % des recettes au titre des redevances et des dividendes à un fonds pour les générations futures ; l'affectation de 80 % du solde aux services d'éducation, de santé et de protection sociale, au développement rural, à l'infrastructure, à l'environnement et à la gestion des ressources en eau ; et l'affectation de 5 % des redevances au développement de la région productrice [en sus de la part des dépenses nationales revenant à cette dernière].

dynamique des régions récipiendaires. Ainsi, depuis l'exploitation du pétrole de Doba en 2003, les originaires du Logone Oriental bénéficient des avantages [un appui indéfectible] leur permettant de prospérer dans diverses affaires. C'est le cas notamment des femmes Mosso[87] qui ont créé des bars et des groupements de commerces de céréales, etc. Cette même politique devrait aussi bénéficier aux populations des autres régions où des gisements sont en exploitation :

→ Dans la région du Chari Baguirmi situé au sud de N'Djamena, le pétrole brut extrait du gisement de Koudalwa acheminé à la raffinerie de Djermaya, le chef de l'Etat a promis à la population le retour de 5% des revenus à la région.

→ Dans la région de Mayo-Kebbi, la cimenterie de Baoré [village de Bissi-Keda], située à 40 km de Pala, à 400 km au sud-ouest de N'Djamena, inaugurée jeudi 16 Février 2012 devrait à l'origine d'un même circuit de redistribution via le niveau régional.

Dans le contexte actuel au Tchad, le commerce ethnique ne concerne pas seulement des réseaux marchands musulmans, il existe également des réseaux marchands chrétiens, sectaristes et laïcs. Ilva donc sans dire que les chrétiens et les sudistes se font aider par leurs coreligionnaires étrangers ou nationaux. Par le passé comme aujourd'hui, on apprend avec l'histoire du Tchad que des ONG chrétiennes opèrent au sud, mais aussi au nord [organisations catholiques comme Belacd, Secadev et missions évangéliques comme World Vision, etc.].

Depuis deux décennies, les mouvements sectaristes plus ou moins affiliés aux religions traditionnelles du Tchad [islam et christianisme] ont vu le jour et se répandent dans les milieux sudistes comme nordistes [la Rose-croix et la Foi Bahaï, par exemple].

D'autres mouvements de type associatif sont très actifs dans le pays. Ils n'ont pas particulièrement un groupe culturel ciblé. Des nordistes musulmans tout comme des sudistes chrétiens en sont membres et prospèrent dans les affaires grâce aux nombreux

[87] Depuis les années 1980, des femmes Sara, composées à l'origine des veuves de militaires, les femmes *Mosso[*en Ngambay*, je tombe]* se sont groupées autour du commerce de bars et de céréales dans les zones méridionales du Tchad, un commerce largement médiatisé par la presse nationale.

réseaux qui s'y développent[88]. Ce sont des associations sectaristes de type laïc [Rotary club, Groupe des Hommes Généreux d'Afrique, Famla, etc.].

Enfin des réseaux occultes existent à tous les niveaux de la vie sociale. Les pratiques occultes de type maraboutique des hommes d'affaires sont relayées dans la presse au Tchad. Il n'est de secret pour personne, des séances d'enterrement d'animaux vivants - taureaux noirs, chevaux, etc. - sont d'usage courant dans les milieux des hommes d'affaires et politiques.

4.4. Les réseaux transnationaux

a) *La suite des réseaux transsahariens*

Avant la colonisation, le commerce était géré par des communautés souvent familiales qui, pendant les longs voyages, se déplaçaient groupées en caravanes de plusieurs dizaines ou centaines de dromadaires afin de se défendre contre les attaques des pillards. Organisés, ces groupes commerçants étaient informés des cours des prix grâce aux réseaux constitués sur plusieurs territoires du Sahara.

Depuis les années 1960, le commerce transsaharien tchadien s'est poursuivi essentiellement par avion et par camion bien que le dromadaire soit encore utilisé. Comme autrefois, le Sahara tchadien est traversé par des grands réseaux nationaux qui mettent en relation les villes et les campagnes. Les grands centres tels que Mao, Faya et Abéché sont le siège des anciens réseaux marchands transsahariens. Les marchandises qui y étaient commercialisées sont en grande partie alimentaires [dattes, bétail, arachides, etc.] et manufacturées [appareils électroniques, tissus, cigarettes, etc.]. De nos jours, les commerçants sont d'origine sahélienne. Certaines familles et tribus spécialisées dans les caravanes poursuivent l'activité. La création en 1998 de la communauté des États sahélo-sahariens [la Libye, le Mali, le Niger, le Soudan et le Tchad] dont l'un des principaux objectifs est la facilitation et l'accroissement du commerce transsaharien, a permis de renforcer et raviver les anciens réseaux marchands transsahariens.

b) *Les réseaux "diasporains"*

Les commerçants musulmans tchadiens bénéficient, à l'intérieur comme à l'étranger, d'un vaste réseau de soutien. Si les réseaux marchands sont plus solides au Tchad, les

[88] L'Observateur, n° 490 du 18 décembre 2008.

commerçants tchadiens en l'occurrence nordistes et musulmans, comptent des centaines de structures informelles et formelles, puisque leurs formes sont calquées sur les liens familiaux et religieux dans le pays. À l'étranger, notamment en France, en Arabie saoudite, au Cameroun, en Libye, au Soudan, au Nigeria..., et ailleurs dans le monde, existent les proches de ces groupes ethniques, car la diaspora participe aux activités de leurs familles restées au pays. Plus d'un million de tchadiens envoient régulièrement de l'argent depuis l'étranger pour aider leurs parents. Ainsi, des commerçants, des femmes, des jeunes, des cadres et des hommes d'affaires dépendent, de diverses façons, de leurs parents de l'étranger.

Si certains réseaux ont pris de l'importance dans la période coloniale, et surtout au cours des trente dernières années, ces commerçants ont pu développer de grands circuits transnationaux. Les réseaux, ainsi constitués sur les anciens axes transsahariens, débordent aujourd'hui le seul territoire tchadien et se ramifient dans les pays voisins [surtout la Libye et le Soudan]. Et ils se sont davantage développés lors de la création de N'Djamena et l'expansion des marchés intérieurs et extérieurs [c'est par exemple les commerçants arabes Djallaba, Haoussa, Kanouri et Kanembou]. La mise en chantier de l'exploitation du pétrole de Doba en 2003 a encore davantage consolider ces réseaux marchands, voire donner naissance à d'autres nouveaux réseaux ethniques [Zaghawa, Kréda, Daza…].

L'étude du commerce dans le contexte tchadien n'est réalisable que si elle est appréhendée à travers l'espace que relient les réseaux marchands aux pays voisins au sein des mêmes groupes ethniques Kanembou, Haoussa, Kanouri, Arabe, Kréda, Peul, Sara...

Entre les Kanembou à l'étranger après les guerres civiles et ceux restés au pays, se pratiquait une forme de prêt de l'argent très atypique [Yakubu Mukhtar 1996, p 246-247]. Les Kanembou établis à Maïduguri [Nigeria], prêtaient à leurs proches du Tchad de l'argent et se faisaient rembourser en nature [dattes, céréales ou bétail].

A l'origine, les commerçants Haoussa sont arrivés au Tchad par le nord Nigeria et ont essaimé sur le parcours les menant au pèlerinage de la Mecque. Sur leurs allers et surtout leurs retours en apportant des marchandises, ils se sont installés sur tout l'axe pour commercer avec les populations autochtones. Ils se sont établis très nombreux autour du Lac Tchad où ils contrôlent quasiment la production et le commerce de poisson et de produits vivriers venant du Nigeria, leur pays d'origine. Dans les villes comme Abéché, N'Djamena, ils se sont spécialisés dans le commerce de la peau animale vers le Nigeria et de la grillade de viande [*Maï-Lama,* en arabe grilleur]. Les Haoussa disposent de réseaux

solides appuyés sur le nombre important de leurs colonies de peuplement du Tchad et du Nigeria.

Tous ces commerçants, organisés en réseaux marchands, ont un trait commun : élargir leur espace marchand tant à l'intérieur du Tchad qu'à l'extérieur, et ils sont mus par un même objectif, celui de capter et de s'approprier les nouveaux pôles commerciaux des marchés. Un objectif réalisable à condition d'avoir de bonnes relations clientélaires avec les classes dirigeantes au pouvoir.

c) *Les réseaux inter-musulmans*

Depuis plus de trois décennies l'Arabie Saoudite fait des efforts considérables pour exporter sa doctrine religieuse fondamentaliste [Coudray, 1992]. Mais, elle n'a pas réuni assez des partisans au Tchad. Et voila que depuis quelques années, elle a trouvé sa cible : promouvoir le wahhabisme dans le milieu des nouveaux commerçants [Kréda, Boulala, Zaghawa, etc.]. Ainsi, ces derniers temps, beaucoup de musulmans démarrent dans le commerce après leur retour d'Arabie Saoudite, de Libye ou du Soudan parce qu'ils ont pu y constituer leur capital financier [et même relationnel]. En Arabie Saoudite, le fondamentalisme wahhabite est considéré comme la religion de l'Etat, alors que le Tchad est traditionnellement dominé par la confrérie Tidjanya, victime régulièrement des attaques lors des prédications intégristes wahhabites. L'argent, c'est le nerf de la guerre, l'Arabie Saoudite va donc, mettre de l'argent au centre des enjeux religieux. Ainsi, des mouvements de jeunesse, des associations religieuses ou de bienfaisance, des organisations non gouvernementales [ONG], et des *maderassa* de tendance wahhabite naissent et se développent depuis 1990. A ce stade des combines, stratégie politique ou religieuses, nul ne peut l'assurer, mais il est certain que de nombreux musulmans nordistes bénéficient des crédits octroyés par le wahhabisme saoudien pour démarrer les affaires.

La situation d'entre le pèlerinage et le détour commercial : si le pèlerinage à La Mecque est évidemment spirituel, il n'en est pas moins vrai qu'il permet à beaucoup de musulmans de faire en même temps des affaires, d'autant plus que le voyage en terre sainte ouvre des opportunités énormes pour rapporter des produits manufacturés [diverses marchandises] par détour à Djeddah. La plupart des grands commerçants du Tchad adhèrent en effet à l'islam [Arditi, 1993] plus pour des visées mercantilistes que par convictions réelles ou supposées. Au-delà des considérations purement religieuses, le nombre important des commerçants d'obédiences islamiques est davantage mû par l'intérêt économique que par le spiritualisme. Cette situation trouve son explication dans l'histoire précoloniale où les

États islamisés contrôlaient, jadis, le commerce transsaharien dans la bande sahélienne [Haoussa, Kanouri, Kanembou, Ouaddaïens, Peuls, Goranes…]. Pour ces commerçants, de diverses origines ethniques du Tchad, le *hadj* est source de la sanctification et aussi de la réussite socio-économique. Aux rituels du hadj, s'est greffée une activité mercantile : le commerce sur le chemin du pèlerinage a pris des proportions plus importantes que le simple "commerce de la valise"[89]. Et ce chevauchement entre religion et commerce reste fort ancien notamment avec le développement du réseau aérien [l'usage de cargos]. Mais, en général, ces commerçants franchissent les douanes à moindres frais.

Il est frappant de constater que les prix des marchandises en provenances d'Arabie Saoudite sont moins élevés que les autres. Ceci tient plus au fait des arrangements divers entre douaniers tchadiens et commerçants pèlerins qu'aux droits de douane dérisoires qui leur sont appliqués au Tchad. Par exemple en 2011, une Toyota 4X4 importée d'Arabie Saoudite à 5 000 000 francs CFA [7700 euros] est dédouanée entre 700 000 et 900 000 francs CFA [1067 et 1 371 euros]. Les commerçants pèlerins en revendaient à N'Djamena au prix concurrentiels de 15 millions de francs CFA [22 870 euros] et, même moment, les petits importateurs chrétiens [Douala, Cotonou] se plaignent des tracasseries douanières. Un jeune importateur a dû vendre au rabais [14 millions] sa voiture Toyota 4x4 qu'il avait importée de Douala. Quand nous l'avons rencontré, il déplore sa situation *:* « aujourd'hui, j'ai abandonné mon commerce à cause des problèmes avec la douane et, il est difficile de faire face à la concurrence des groupes musulmans qui ont plus de facilités [de voyage, de douane, d'impôt... Ces pratiques de dédouanements opaques permettent d'indexer davantage la complicité des autorités avec les commerçants nordistes musulmans. Inutile d'entrer dans le détail. C'est un secret de polichinelle, vraisemblablement les commerçants musulmans bénéficient de beaucoup d'avantages dans le commerce au Tchad par rapport aux sudistes chrétiens. L'orient arabo-musulman ouvre d'énormes opportunités commerciales, au nom de l'islam! Des faits similaires ont été rapportés par d'autres auteurs comme le fit O. Walther[90] en Afrique de l'Ouest :

"Dans une situation caractérisée par un grand nombre de vendeurs et une faible diversité des produits…Il est donc nécessaire aux commerçants de nouer des affinités, dont

[89] BENNAFLA, K. "Tchad : l'appel des sirènes arabo-islamiques" in *Autrepart,* n° 16, 2000, p. 67-86.

[90] WALTHER, O. [2008]. *Affaires de patron : villes et commerce transfrontalier au sahel*, Berne, Peter Lang, pp.223-224.

certaines sont purement commerciales tandis que d'autres sont religieuses, par le biais de talismans ou confréries musulmanes…Dans l'histoire précoloniale, l'islam fut en effet un puissant vecteur de diffusion économique, qui permit aux marchands de se souder en communautés solidaires".

L'aide apportée aux populations nordistes musulmanes par l'orient arabo-musulman, est menée sous couvert de la solidarité islamique, semble-t-il ; et l'activisme galopant des courants islamistes dans les régions musulmanes va certainement raviver la flamme latente entre un Nord musulman et un Sud chrétien. Dans ce sens, les opérations de développement concentrées dans le grand nord du Tchad, en évoquant le fait de religion et, somme toutes, financées par les Etats ou mouvements islamiques, sont porteuses de tension. On le sait, aucun des projets de la BID ou du FSD ne concerne les deux Logone, la Tandjilé ou le Mayo-Kebbi, et sans que les autorités du pays se gênent[91]. Même s'il fallait prendre le pas sur le sud, il faudra toutefois faire preuve de prudence dans l'accueil et la conduite de ces opérations islamiques, bien que caritatives. Car le danger est inéluctable : " peut-être plus que les actions en elles-mêmes, les discours qui entourent les opérations lancées par les pays arabes alimentent les crispations identitaires et entraînent une lecture dangereusement confessionnaliste des événements"[Bennafla, 2004 :84]. L'équilibrisme de la géopolitique tchadienne sur fond religieux installera dans la continuité historique les conflits et la guerre civile des années 1960 n'aura servi que pour la revanche [Buijtenhuijs, 1987]. Ici, voyons comment ces divers réseaux marchands - religieux, laïcs et clientélistes - qui se sont créés et développés à l'intérieur du Tchad et à l'étranger vont se poursuivre voire s'accentuer au niveau de N'Djamena.

4.5. Expansion du commerce ethnique à N'Djamena

Résultante d'une société très clivée et communautariste, le phénomène du commerce ethnique à N'Djamena s'est beaucoup accentué au cours des deux dernières décennies. Comme phénomène social, il s'est développé dans le temps et dans l'espace. Son étude diachronique et synchronique nécessite de l'appréhender davantage sur ses aspects historiques.

[91] Cf. Le Temps, n° 158, 24 au 30 mars 1999.

Pour s'accommoder de nos données synoptiques[92] et parler de la temporalité du commerce ethnique à N'Djamena, il convient de remonter le phénomène à sa genèse. A ce niveau, il donc est possible d'appréhender d'abord cette genèse au niveau local, c'est-à-dire voir si c'est un phénomène venu des régions du Tchad ou alors voir s'il est inhérent à la ville [et quelle est son ampleur à N'Djamena]. Le commerce ethnique est-il né de l'évolution du monde rural ? On sait que dans le monde rural, le paysan qui se spécialise dans une production, selon le terroir, ne peut que vendre ce qu'il produit. Certaines formes de commerce ethnique ont ainsi une origine régionale comme point de départ, lié à une spécialité de production. C'est l'exemple du commerce du taro par les Kim à N'Djamena. Produit et vendu par les Kim, le taro [colocase] est un produit symbole de l'identité Kim. Au Tchad le taro, dans sa phase de commercialisation sur les marchés intérieurs comme dans la consommation des ménages, circule comme étant une valeur symbolique du groupe Kim [qui le produit uniquement]. Cette identité n'est pas un fait du hasard, elle est entretenue et valorisée d'abord les Kim qui en sont fiers, puis par les consommateurs qui l'aiment manger. En pays Kim, c'est le produit que ces populations offrent en cadeau ou repas aux étrangers pour symboliser leur hospitalité.

Pour remonter l'origine du commerce ethnique au niveau régional, il faut d'abord situer géographiquement les principaux groupes ethniques du pays, puis dégager les spécificités économiques locales et montrer ensuite lesquels de ces produits se commercialisent à N'Djamena par des groupes ethno-économiques autant qu'ethnogéographiques pour le coup. [cf. la carte n°6 en page 80 et annexe]

Le décryptage des cartes permet d'élaborer une typologie ethno-économique suivant les grandes aires culturelles du pays. Par souci de situer les choses dans leur contexte, il est judicieux, dans cette reconstitution de la genèse du commerce ethnique, de procéder à la présentation région par région et ethnie par ethnie, des spécialités locales tchadiennes. Ainsi, les différents tableaux établis par zone géographique [à ne pas confondre avec deux zones géographiques bipolaires conçues dans la vision binaire et politique qui présente le Tchad entre le sud et le nord] permettent un éclairage historique ou du moins des héritages. Pour ce faire, nous proposons de classer les 11 groupes ethniques selon huit zones géographiques et économiques en diminuant l'éparpillement pointilliste.

[92] Tableaux sur les commerces spécialisés par groupes ethniques.

1. sud : les Sara
2. sud-ouest : les Banana et les Peuls.
3. ouest : Kouri.
4. centre : les Fitri et les Hadjaray.
5. centre-sud : les Baguirmiens.
6. centre-nord : les Arabes.
7. est : les Ouaddaïens.
8. nord : les Goranes.

Ces tableaux régionaux laissent voir une grande proximité des activités économiques régionales. C'est la marque de l'autoconsommation encore importante dans la société rurale et paysanne tchadienne et de la pénétration encore incomplète de l'agriculture purement orientée vers la satisfaction du marché. Les premières grandes différences sont ensuite liées aux conditions écologiques dans lesquelles ces activités agricoles et pastorales sont conduites, complétées par des « traditions » d'artisanat ou de service dont le transport qui commence à marquer des différences. Parmi ces activités, certaines peuvent recevoir un véritable label « ethnique ». C'est ce que nous recherchons à l'amont du processus d'ethnicisation du commerce à N'Djamena, de manière à éviter la confusion entre un commerce ethnique d'origine « régionale » et relevant d'une « tradition » et le commerce ethnique résultat du processus d'accaparement de positions commerciales par le jeu ethnopolitique.

Dans les années 1960, le commerce ethnique existait déjà N'Djamena, mais dans la sphère domestique et, exclusivement pratiqué par les populations paysannes venus vendre en ville leurs propres produits agricoles ou artisanaux. En remontant plus loin dans le passé, on retrouve une autre forme du commerce ethnique à N'Djamena, pratiqué par les commerçants étrangers, notamment les européens qui vendaient dans leurs boutiques des produits d'origines européennes. Après les années 1980, les produits ethniques échangés sur les marchés de N'Djamena ont, plus ou moins, une origine régionale. En se référant aux tableaux ci-dessus, on peut en dégager quelques uns et observer comment certains de ces commerces ont connu une évolution par rapport à leurs formes régionales d'origines. Voici en quelques pages les situations recensées et étudiées ci -après.

a) *Les produits d'élevage*

Il s'agit essentiellement des produits tirés de l'élevage comme les laitiers, les peaux, la viande séchée et fraiche. Parmi les laitiers, on retrouve le beurre, l'huile, le lait caillé et frais. Il faut savoir que dans les régions, la commercialisation de ces produits s'effectue en général sous la forme de troc. Si, aujourd'hui, la commercialisation de ces produits à N'Djamena s'est modernisée et dominée par les hommes, dans les régions, c'est resté encore une affaire des femmes talanes qui les troquent contre les produits vivriers locaux comme les céréales, le poisson, etc. Les enquêtes menées dans ce secteur a permis remonter l'origine géographique et l'appartenance ethnique des vendeurs de ces produits à N'Djamena. Pour la plupart des vendeurs, ils s'apparentent en général du monde pastoral comme les Arabes et Peuls. Aussi, la commercialisation des produits de la boucherie et de charcuterie était assurée par les éleveurs qui venaient abattre les êtes et vendre la viande [grillée] ou crue dans les marchés hebdomadaires. Malgré l'existence d'une structure nationale d'abattage à N'Djamena, des commerçants d'origines pastorales diverse continuent de d'abattre et de vendre clandestinement la viande à N'Djamena. Par contre, la majorité des points de grillade de viande et la vente des peaux d'animaux [on y rencontre aussi les Bornou] à N'Djamena restent aux mains des Haoussa venus du Zinder [Niger]. La commercialisation de la viande, si elle a une origine paysanne, elle a connu une évolution dans ses formes : les moyens de mesures, sa valeur d'échange, etc.

b) *Les produits de pêche*

A N'Djamena, la vente de poissons qu'il s'agisse de frais, séchés ou boucanés remonte très loin : c'est encore une pratique paysanne. Au commencement, ce sont d'abord les femmes des pêcheurs qui venaient de l'intérieur du pays vendre les poissons pêchés par les membres de leurs familles [maris, frères, cousins…]. Si hier, la commercialisation de poissons était assurée par les producteurs uniquement [Kim, Bornou, Kotoko, Baguirmiens], elle ne l'est pas aujourd'hui. D'autres actrices et acteurs sans lien avec la pratique de la pêche s'y sont mis avec des moyens modernes. Parmi eux, on trouve toutes les catégories sociales et diverses ethnies : femmes et hommes Sara, Massa, Marba, Arabes, Hadjaray, Boulala, etc.

c) Les produits agricoles

Par produits agricoles, il faut entendre tous les produits issus de l'agriculture traditionnelle [céréales, oléagineux] et les produits maraîchers tels que les légumes. Il serait aberrant de

nier l'origine régionale des produits agricoles qui alimentent les marchés de N'Djamena. Même si les populations des périphéries de N'Djamena ravitaillent la capitale en produits agricoles [en légumes et fruits], les trois quarts proviennent des campagnes tchadiennes et de l'étranger [Cameroun, Nigeria, Europe]. Aujourd'hui, force est d'affirmer que la plupart des commerçants des produits agricoles sont issus des populations paysannes ou de tradition agraires. C'est le cas des femmes Mosso qui commercialisent les céréales. A l'origine, organisées dans les grandes villes méridionales du pays, elles se sont orientées sur les marchés de la capitale. Souples, efficaces, très structurés et surtout organisés, les circuits Mosso se sont développés à N'Djamena sur la commercialisation des produits vivriers. L'essentiel de céréales vendues à N'Djamena - assuré en majorité des femmes - a consisté en maïs, sorgho ou riz en provenance des rives et plaine inondable du Lac Tchad et de Logone (Mayo-Kebbi et Tandjilé) et bérébéré, du mil de Salamat, du Guera et Chari-Baguirmi. En général, les circuits de commercialisation et de l'approvisionnement de N'Djamena et come dans les autres villes suivent les lignes traditionnelles familiales : ce sont des réseaux familiaux qui veillent sur les circuits des villages vers les villes.

En dépit des interventions de l'Etat [dans le cas tchadien, c'est l'ONC qui en avait la charge] dans les circuits de commercialisation, les circuits privés se sont montrés efficaces pendant les années de sécheresses, d'inondations ou de guerres [l'approvisionnement de N'Djamena en céréales n'a jamais cessé, même lors de la guerre civile des années 1980 paralysa la capitale]. Les divers réseaux sont constitués des grossistes et semi-grossistes, en général issus de même famille, relativement fermés, soudés par de forts liens sociaux et ethniques dans lesquels la concurrence joue peu, ce qui permet la permanence et la stabilité de leurs activités.

A N'Djamena, le Marché du mil constitue la plus importante concentration des grossistes et semi-grossistes de produits céréaliers de la capitale avec en moyenne 60000 tonnes de céréales par an, loin devant le Marché central [20000 tonnes]. Des points de ravitaillement très actifs se sont spécialisés à N'Djamena dans la commercialisation des céréales [Dembé et Al-Afia]. Nous avons évalué au total 45000 tonnes environ des flux commerciaux de produits de la cueillette[Karité, légumes, graminées et autres fruits sauvages] arrivant sur les quatre marchés d'approvisionnement et de redistribution de la capitale tchadienne, dont 72% sur les deux principaux marchés de N'Djamena [Marché du mil et Marché central].

Au Marché du mil, par exemple sur 150 grossistes, seulement une dizaine de commerçants commercialisent entre 600 et 1000 tonnes par an, la plupart ne dépassant pas les 300

tonnes. Et, les femmes [80%] constituent l'essentiel des vendeurs sur les marchés de céréales qui en sont spécialisées. Elles assurent la collecte des produits [pour celles basées en ville], la récolte [pour celles paysannes] et le convoyage du chargement dans des véhicules loués avec ou pas d'intermédiaires.

d) Le commerce d'alcool

Le commerce d'alcool à N'Djamena que ce soit dans les bars, alimentations, buvettes, hôtels, cabaret répond à une logique coutumière. La plupart des commerçants enquêtés ont reconnu avoir un lien avec l'alcool dans leur région d'origine. C'est par exemple les cas des populations originaires du sud du Tchad : Mouroum, Mongo, Toupouri, Marba, Ngambay, Mbay, Kaba, Nantchéré, Moussey. Si les groupes ethniques du nord du pays sont minoritaires dans ce type de commerce, il n'est pas pour autant que les pratiques de l'alcool sont inexistantes dans cette partie du pays. Dans les quartiers de Bololo, Mardjandaffack, Amréguibé et de Ridina, les femmes Hadjaray et Kanembou entretiennent des petits points à domicile de vente d'alcools traditionnels [Kondrong et Argui].

Au demeurant, tous les cas que nous venons de présenter montrent qu'il existe des liens structurels entre « l'ethnicité » du commerce à N'Djamena et les activités régionales. D'autant plus que les individus qui commercialisent ces produits à N'Djamena sont en liens géographiques avec ces types de produits. L'ethnicisation en est un prolongement sous une autre forme renforcée mais sans attache à des traditions.

Le commerce ethnique a connu une évolution rapide au cours des années 1980, après le départ de commerçants étrangers. Au début, il était pratiqué dans un espace restreint. D'abord, les paysans en provenance des localités environnantes de N'Djamena écoulaient leurs produits agricoles sur les marchés de places. Jusqu'à 1979, le commerce ethnique ne touchait que le secteur informel et donc le petit commerce [les légumes, le vivrier, les produits animaux…]. En dehors du commerce de l'alcool traditionnel dans les cabarets, les bars étaient en grande partie tenus par les européens, mais en petit nombre [à l'exception de Calao et King-Club qui étaient gérés par les Tchadiens]. La guerre civile tchadienne de 1979 fait fuir les commerçants étrangers et laissé place aux nouveaux commerçants locaux. L'arrivée au pouvoir des nordistes dans les années 1980[Goukouni, Habré] change les donnes : un nouveau paysage économique, social et politique se dessine en ouvrant la voie à diverses origines sociales et géographiques [la nouvelle donne est favorable aux groupes ethniques nordistes]. Les groupes ethniques du centre et du sud jusqu'alors seuls maitres dans les sphères publiques entrent en concurrence avec les groupes ethniques du nord qui s'émancipent politiquement et prennent

place dans le jeu économique au Tchad. Les bergers ou les paysans se transforment en commerçants et investissent l'espace marchand déserté ou « conquis ». Les marchés de N'Djamena sont pris d'assaut par des petits commerçants de toutes les origines. Des marchés se créent et s'agrandissent ; des boutiques et des épiceries se multiplient, font place à la concurrence, parfois déloyale avec des tournures dramatiques. Les quelques rares quincailleries [à peine une dizaine à N'Djamena et limitées aux marché central, marché du mil et Dembé] jusqu'alors tenues exclusivement par les peuls et les arabes sont désormais en concurrence avec les puissants commerçants Goranes. Les troubles politiques de ces années vont lessiver et laisser une société totalement clivée et politisée où chaque groupe ethnique, pour s'affirmer, devrait se frayer une place dans l'arène politico-économique. C'est ainsi que le paysage commercial n'djamenois - reflet des espaces marchands tchadiens - est le résultat de ce jeu socioéconomique que se livrent depuis plus de trente ans les groupes sociaux à N'Djamena. Le tableau ci-dessous, il nous semblé important de présenter de façon synoptique quelques unes de ces spécialités ethnique à N'Djamena.

Dans le tableau ci-dessous, ces données permettre de mettre en exergue sept branches plus ethnicisées à N'Djamena : friperies, lait, légumes, poissons frais [pour les secteurs informels], bars, épiceries et quincailleries [pour les secteurs formels]. Les diverses branches commerciales ne fonctionnent pas de la même façon et surtout l'opposition du formel et de l'informel s'y retrouve. Nous continuerons à utiliser ces deux catégories même s'il est bien entendu que la barrière entre les deux n'est pas étanche. En revanche le caractère ethnique conduit à en placer une.

Tableau 19 : commerces spécialisés à N'Djamena.

Groupes ethniques	Nombre d'actifs	Activités commerciales
Sara	11,0 %	Bars, Cabarets, poisson, tissu-pagne, alcools
Arabes	13,0 %	Produits laitiers, poisson, bétails, taxi, mil, pain
Ouaddaïens	9,8 %	Epiceries, oignons, Kabab
Hadjaray	10,1 %	Oignons, légumes, mil
Goranes	8,9 %	Viandes, quincaillerie, bétails, transport
Kanembou	12,8 %	Natron, friperie, pharmacie Choukou, fruits
Boulala	4,8 %	Poissons secs, blanchisseries, colportage d'eau, bois,
Marba	2,7 %	Riz, légumes, Bars, alcools
Kanouri	5,2 %	Tannerie, maroquinerie
Bornou	3,8 %	Poissons secs, légumes
Kouka	1,2 %	Bucherons, Bois
Baguirmiens	2,4 %	Légumes, poissons secs, piroguier [transport]
Kotoko	1,6 %	Poissons secs, légumes secs
Toupouri	2,0 %	Légumes frais, alcools, bars
Massa	1,9 %	Légumes frais
Haoussa	2,3 %	viande, peaux Bétails, pédicure
Peul	1 %	Pièces d'auto-moto, bétails
Nantchéré	0,9%	Riz, alcools
Kim	0 8 %	Taro, riz, poissons frais, pagnes
Autres ethniques	4,0 %	Couture, blanchissement, alcools

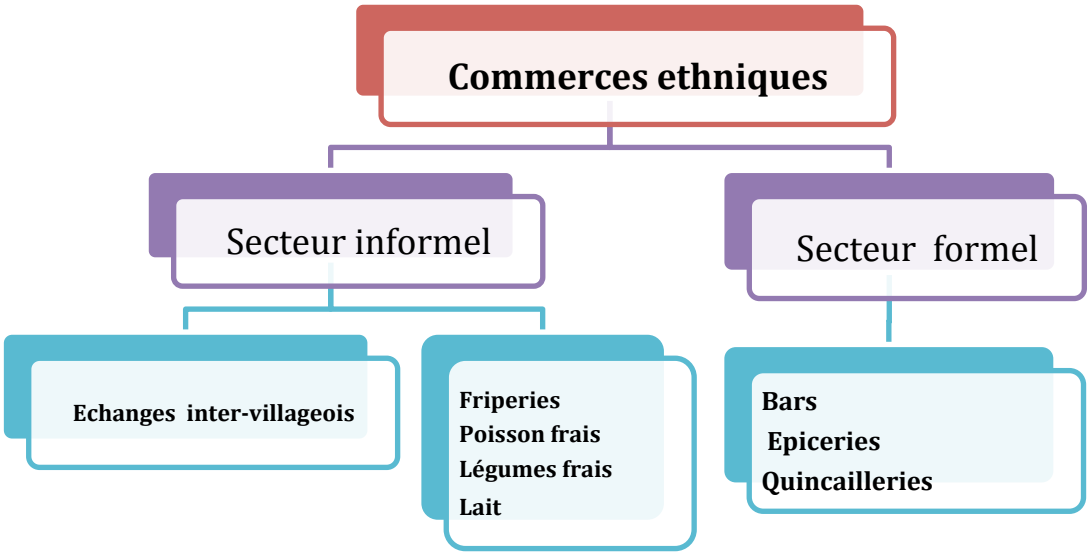
Source: enquête, N'Djamena, 2012.

Tableau 20 : filières les plus ethnicisées à N'Djamena

Commerce ethnicisé	Part nationale [PIB]	Ethnies spécialisées
Poissons frais	7 %	Kim
lait frais et caillé	2 %	Arabes, Peuls
Epiceries	5 %	Ouaddaïens
Quincailleries	13 %	Goranes Kréda
Friperies	9 %	Kanembou
Bars	11 %	Sara, Banana
Légumes	2 %	Toupouri, Hadjaray

Source : enquête, N'Djamena, 2012.

Figure 5 : secteurs du commerce ethnique.



Source : Enquête, N'Djamena, 2012.

Après avoir présenté quelques généralités sur le commerce ethnique et les réseaux marchands tchadiens, nous allons maintenant procéder à l'étude des cas typiques de ce commerce. Pour ce faire, nous étudierons d'abord les secteurs informels et ensuite les domaines formels. Dans ces chapitres qui suivent, un accent sera mis sur l'organisation des circuits et réseaux, sur le contexte général de ces types de commerce.

Chapitre 5 : Les cas typiques du commerce ethnique informel

Pour rendre plus intelligibles ces tableaux, il est convenable de présenter de façon détaillée chaque branche de commerce spécialisé par les groupes ethniques respectifs. Comme le soulignent les statistiques plusieurs branches commerciales sont de plus en plus spécialisées dont nous ne retiendrons que les principales et les mieux organisées:

1. le commerce de légumes frais,
2. le commerce de poissons frais,
3. le commerce de friperies,
4. le commerce de lait [frais et caillé].

5.1. Le commerce des légumes à N'Djamena

Le légume, est la partie comestible d'une plante potagère. Cette définition, reprise par la plupart des dictionnaires de langue française, doit être étendue aux champignons comestibles, dont certains sont cultivés [champignon de Paris, etc.] et à certaines algues, dont la consommation est la plus développée en Extrême-Orient. Cette partie peut être une racine comme les carottes, une tige comme le céleri, une feuille comme l'épinard, une fleur comme le chou ou l'artichaut, un fruit comme le piment ou le poivron, une graine comme le maïs ou le haricot vert. Le terme désigne aussi par métonymie les plantes potagères cultivées pour la production de légumes. Cette définition est tout aussi valable pour les légumes cueillis à l'état sauvage [épinards, feuille de savonnier, feuille de *Kawal*, le néré, *moulkier*, les algues verts, champignons, le gozo…] que pour ceux qui sont cultivés dans un jardin potager [pomme de terre, patates, concombres, carottes, aubergines, choux, persils, citronnelle, salades, variétés de piments, variétés de gombo, tomates, oignon, ail, gombo, épinard, igname, banane, haricot, maïs, niébé, oseille, manioc [ainsi sa feuille...]. Parmi ces derniers, il faut distinguer ceux cultivés localement [variétés de gombo, carottes, *bourbayo* ou ignames de *Koro*, tomates, poivrons verts, piments rouge et vert, ambounou, oignons, oseilles, courges, persils, concombres rondes, manioc, patates douces, melon, taro, maïs, etc.] et ceux importés de l'étranger[batavia, endive, laitue, mâche, romaine, scarole, le chou avocat, courgette, olive, petit pois, asperge ciboulette,

poivron rouge et jaune, chou-fleur, brocoli, artichaut, betterave, radis, igname, patate douce, pomme de terre, etc.].

Photo 4 : étals de légumes frais au marché central.



a) De la production à la commercialisation

Les légumes étaient d'abord produits dans les jardins potagers familiaux dont l'objectif était essentiellement l'autoconsommation. Puis avec la forte demande du marché, la production des légumes frais et secs destinés à la commercialisation est maintenant le fait du maraîchage, une branche de l'agriculture. La production familiale de légumes dans les jardins potagers est traditionnellement importante dans les régions rurales mais elle a perdu beaucoup d'importance avec la progression de l'urbanisation. La production des légumes est dépendante des conditions climatiques propres à chaque région. Selon la facilité de conservation des différents légumes, leur disponibilité sera plus ou moins étalée, et généralement très brève pour les produits frais, tels les petits pois ou les haricots verts, qui ne supportent pas le stockage même à basse température au-delà d'une semaine. La production marchande est donc généralement le fait de producteurs spécialisés, les maraîchers, et même certains légumes donnent lieu à une importante production de plain champ dans le cadre de l'agriculture péri-urbaine [sur les rives du Chari et du Logone ou des mares] et classique. C'est le cas par exemple de la patate douce.

Longtemps, le maraîchage s'est développé à proximité immédiate des villes et de leurs marchés, exploitant les fonds de rives humides à proximité des villages environnants. L'urbanisation et l'augmentation des coûts du transport ont bien souvent provoqué le

développement [péri-urbain] de cette activité dans des régions voire des villages environnant de N'Djamena, ainsi que l'augmentation des commerces plus spécialisés employant la main d'œuvre familiale.

Si la commercialisation directe des légumes des producteurs aux consommateurs est de plus en plus fréquente sur les divers marchés de N'Djamena, il n'est pas anodin que le rôle et l'importance de ce circuit soient déterminés par le coût de la production, les saisons culturales, les coûts de transport, et la perception de la fonction première du commerce [notamment le profit]. La commercialisation indirecte qui fait intervenir divers intermédiaires s'est le plus développée au cours des dernières années à N'Djamena. Cela tient à deux faits : éviter les aléas de la production [le coût en particulier] et respecter le libre choix des produits selon la demande des consommateurs, position stratégique. Les légumes produits entrent soit dans le circuit de distribution pour la consommation en frais, qui passe par différentes étapes et aboutit aux commerces de détail, aux étals des marchés ou dans les alimentations, soit dans des circuits de transformation artisanale ou de conservation de longue durée.

L'approvisionnement des marchés, en particulier les grands marchés [Central, Dembé, Mil, Diguel] est complété par deux types de produits : des légumes frais récoltés pendant la saison normale et séchés par les producteurs, des légumes importés cultivés dans des pays offrant des conditions climatiques plus adaptées, en l'occurrence le Cameroun, ce qui suppose une filière organisée de manière minimale par l'intervention de grossistes. La spécialisation des commerçants [producteurs ou négociants] à N'Djamena comme dans les régions s'explique aussi par l'accroissement de la demande légumière et la recherche d'une plus grande productivité.

b) Les variétés produites et commercialisées

Plusieurs variétés sont produites et commercialisées à N'Djamena [voir le tableau ci-dessous] et une dizaine de groupes ethniques se sont spécialisés dans le commerce des légumes [cf. les tableaux ci-dessous].

Tableau 22 : production de légumes en 2010.

Légumes	Production annuelle (en milliers de tonnes)
Pomme de terre	328
Tomate[93]	102
Pastèque	69
Chou et chou-fleur	47
Oignon	30
Concombre	20
Aubergine	19
Carotte	16
Poivron	7

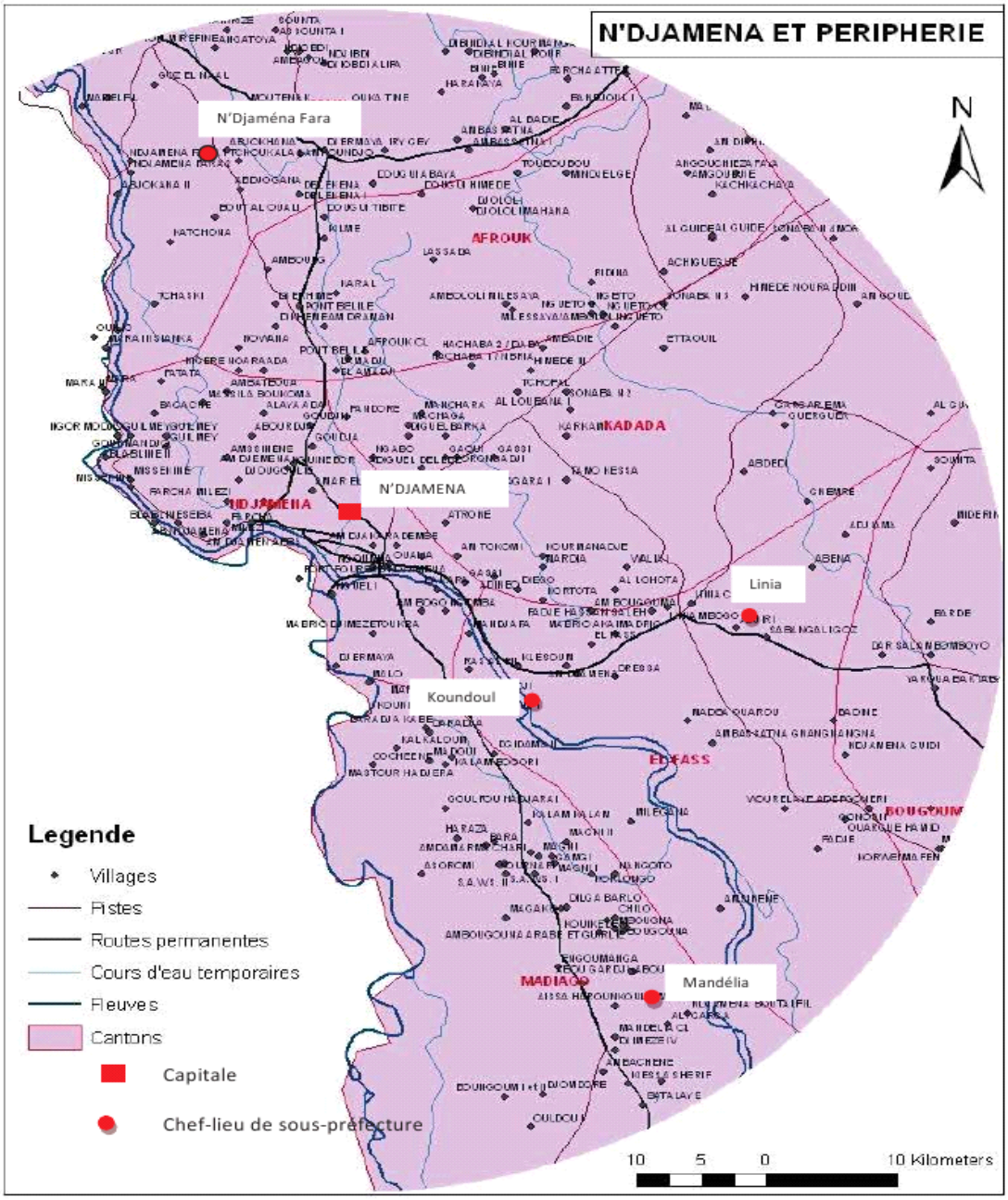
Source : Ministère de l'Agriculture, N'Djamena, 2011

Selon la partie de la plante qui est consommée et ses caractéristiques, on distingue plusieurs catégories de légumes[94]. Les variétés commercialisées en gros ou au détail dans les différents points [marchés, alimentations, dépôts…] sont liées à leur origine géographique [lieu de provenance] ainsi qu'aux groupes ethniques qui les produisent et les commercialisent.

[93] Classification de la FAO. Voir aussi HARLAN, J.R. [1987]. *Les plantes cultivées et l'homme*, Paris, Presses universitaires de France.

[94] Légumes reconnaissables par leurs couleurs.

Carte 14 : N'Djamena et localités environnantes



© MATUH, 2012

Les légumes vendus dans les marchés situés dans les zones sud de N'Djamena proviennent des villages environnants comme Koundoul, Cournari, Mandalia et Mailao. On y trouve toutes sortes de légumes : salade, aubergines, tomates, gombo ou *daraba*, épinards…Les légumes vendus dans les marchés central, Mil, Ndombolo, Dembé, Atrone, Abena proviennent des Sabangali, Djambalbarh, Moursal, Walia, Ngueli, Kousseri

[Cameroun], Koundoul, Cournari, les rives sud du Chari et du Logone. Les principaux groupes ethniques qui y exercent ce commerce sont : les femmes Toupouri, Massa Moussey, Kim, Sara et quelques femmes Hadjaray. Il s'agit essentiellement des produits d'assaisonnement ou condiments pour la sauce. Les principaux légumes commercialisés sont les carottes, les aubergines violacés, tomates, choux verts, persils, feuille de manioc, ambounou [la vente de ce produit sur les marchés central et Dembé est une spécialité des femmes Kim de Kousseri].

Quelques femmes Hadjaray, Ouaddaiennes, Bornou, Arabes vendent les mêmes produits dans les marchés situés généralement au nord de N'Djamena [Al-Darazad, Al-Afia, Amréguibé, Goudja]. Ce sont des légumes en provenance de l'agriculture péri-urbaine : batavia [communément appelé salade], choux blancs et verts, aubergines verts et violet, gombo, tomates… Dans les marchés de Farcha et Madjorio, les vendeuses de légumes sont en majorité issues des groupes Toupouri, Moussey, Kotoko, Arabes. Les lieux de provenance sont : Milézi, Séba, Karkandjerie, Miskine, Gormondjo, Mara, Guilmey, etc.

c) Commerce de légumes et groupes ethniques

En raison de son caractère traditionnel, le commerce des légumes à N'Djamena est pratiqué par des femmes. Il n'existe pas, à ces jours, d'entreprises spécialisées en la matière. Ce sont des individus ou des familles qui se sont mis dans ce commerce. On trouve trois catégories de commerçants: les producteurs, les cueilleurs et les intermédiaires [négociants]. Entre ceux-ci, faut-il encore distinguer les grossistes et les détaillants. Les enquêtes menées auprès des vendeurs de légumes a permis de relever cinq groupes ethniques dominants [Toupouri, Hadjaray, Moussey, Sar et Kim] et plusieurs variétés de légumes [frais ou secs]. Les principaux légumes[95] cultivés et commercialisés à N'Djamena sont répartis [voir le tableau ci-après] par origine géographique et par groupes ethniques qui les produisent et les commercialisent.

[95] Les Toupouri sont au nombre de 215461 habitants au Tchad [en 2009] et 2% à N'Djamena dont 1% exerce ce commerce.

Tableau 23: appartenance ethnique et origine géographique des légumes

Groupes ethniques	[%]	Variétés vendues	Provenance
Toupouri	42**%**	carottes, aubergines, choux, persils, citronnelles…	Walia, Ngueli, Moursal
Hadjaraï	23%	salades, gombo, carottes, aubergines, choux, persils, tomates, oignon, ail	Walia, Cournari, Sabangali, Koundoul, Diguel, Dembé.
Moussey/Marba	7**%**	Salades, Carottes, aubergines, choux, persils, tomates	Walia, Ngueli.
Sara	5**%**	tomates, gombo, épinard, igname, Banane, haricot, niébé, néré, manioc	Abena, Walia, Koundoul, Kousseri.
Kim	2%	gombo [*ambounou*].	Kousseri [Goré].
Autres ethnies	10 %	Divers légumes	NDjamena et environnants
NDjamena	100%		

Dans les divers marchés de N'Djamena, plus de 2350 personnes exercent le commerce des légumes frais et secs, qu'il s'agisse des vendeuses productrices ou des vendeuses négociantes. Comme l'indique le tableau ci-dessus, deux groupes ethniques, les femmes Toupouri et Hadjaraï sont les plus représentatives dans cette branche. Les femmes Moussey/Marba et les femmes Sara [7%] pratiquent ce commerce mais sans grande spécialisation. Par contre les femmes Kim, exclusivement celles de Kousseri, une ville frontalière camerounaise, se sont longtemps spécialisées dans la production et la vente de feuille d'*Ambounou* [très prisé par les ménagères sudistes]. On rencontre aussi d'autres groupes ethniques très minoritaires sans spécialisation.

Photo 5 : étals de légumes au marché Al-Darazad.



Cette filière assure une double fonction économique : la recherche de profit et l'autosuffisance alimentaire des ménages. Avec la forte demande de consommation provoquée par la poussée démographique, le commerce de légumes, bien qu'informel, est devenu l'un des secteurs les plus développés à N'Djamena ces deux dernières décennies. Il occupe plus de 2/3 de la population féminine, soit deux millions de personnes qui vivent de cette activité.

d) De l'alimentation à la monnaie

La sauce aux légumes, accompagnée de la boule [pâte traditionnelle] de céréales, est très prisée par la plupart des familles tchadiennes. Généralement préparée à base de feuilles d'oseille, d'épinard, de haricot, de manioc, de gombo, etc., elle constitue l'aliment de base des populations. C'est autour d'un repas de ce genre que se regroupe la famille. Il y a quelques années, deux cents francs CFA suffisaient à une grande famille pour acheter les légumes nécessaires pour préparer un repas.

Mais le légume coûte de plus en plus cher sur les marchés de la capitale. Un petit tas de feuilles de manioc se vend, par exemple, 500 francs Or il faut acheter plusieurs tas pour nourrir une famille. Cette flambée des prix met à mal les bons rapports existant entre les domestiques et leurs employeurs, les chefs de familles et ceux qui sont chargés de gérer le

budget de la ration alimentaire. Bon nombre de ménages s'interrogent sur les raisons de cette augmentation des prix des légumes sur le marché.

Très généralement, ce sont les femmes qui vendent les légumes. Ces vendeuses arrivent très tôt le matin aux abords des grandes artères ou des carrefours de la ville de N'Djamena pour acheter les légumes aux producteurs. Face au Lycée de Walia, à l'entrée sud de N'Djamena par exemple, chaque jour des commerçants, en majorité des femmes, prennent d'assaut l'endroit où se tient un marché spontané de légumes. Les échanges sont toujours intenses. Pendant que certains s'acharnent à acheter les produits aux producteurs, d'autres proposent à tous ceux qui passent par là les légumes qu'elles viennent d'acheter. D'autres encore, à l'allure vive, vont à la rencontre des productrices qui portent sur leurs têtes des cuvettes de légumes.

D'autres revendeurs achètent aux producteurs des villages périphériques qui alimentent la ville de N'Djamena en légumes. Ce sont les intermédiaires qui achètent en gros les légumes emballés dans des sacs ou vendus dans de grands récipients. Il s'agit de l'oseille, du gombo, des feuilles de manioc, de l'épinard, etc. Une cuvette de feuilles de gombo, par exemple, se vend à 1500 francs CFA par les producteurs. Certains revendent les légumes achetés sur-le-champ à d'autres en augmentant le prix. "Je viens d'écouler, ce matin, 5 sacs de gombo frais que j'ai achetés 1500 francs Cfa l'unité. Sur chaque sac vendu, j'ai réalisé un bénéfice de 250 francs", déclare Mme Charlotte en souriant. Elle est arrivée sur ce marché depuis 5h 30mn en provenance du quartier Ndjari, dans le 8ème arrondissement de la ville de N'Djamena.

D'autres, par contre, chargent leurs marchandises dans des minibus, sur des motos, des bicyclettes, des motocyclettes, des porte-tout à destination des autres marchés de la capitale. Là, d'autres clients les attendent. Il s'agit des marchés de Dembé, Dombolo, d'Abena, de Walia, du Grand marché, de Diguel, du marché à mil, etc. Ceux qui prennent une place dans les minibus, sur les taxis-motos, payent le transport pour eux-mêmes et leurs marchandises. De Walia jusqu'au marché Al-Darazad au 8ème arrondissement, ils déboursent 750 francs pour un mini bus. Les motos-taxis, eux, prennent 400 francs pour conduire les passagers vers le marché Dombolo situé au quartier Ardep-Djoumbal, dans le 3ème arrondissement de la ville de N'Djamena.

Certains y livrent en gros leurs produits aux détaillants ou à d'autres grossistes qui les revendent, à leur tour, à d'autres commerçants. Rares sont les producteurs et les grossistes qui vendent directement leurs marchandises aux consommateurs. Conséquence, un seul

produit peut ainsi passer entre les mains de plusieurs intermédiaires avant de parvenir aux consommateurs. Sur cette chaîne de commercialisation, chacun ajoute sa marge de bénéfice par rapport au prix d'achat. Le vendeur, en calculant son gain, tient également compte des frais de transports et autres dépenses effectuées.

Une femme Sara, vendeuse de feuilles de manioc rencontrée au marché Adallaye, raconte : "habituellement, sur un sac acheté à 1750 francs CFA, je réalise un bénéfice de 1250 francs CFA. Sur ce montant, il faut encore déduire 650 francs correspondant aux frais de déplacement et droit de place perçu par la Mairie". Au bout du compte, c'est le consommateur qui prend un sacré coup. Car, du simple, le prix du légume atteint parfois le quadruple du prix payé au producteur. Mais la consommation de légumes est bonne pour la santé. Car, les légumes sont riches en vitamines, en minéraux et en fibres, bénéfiques pour prévenir les maladies cardiovasculaires, l'obésité, les cancers et le diabète et même loin des pôles de richesse le message est passé, entretenant la demande.

Cette filière évolue de manière entièrement artisanale et informelle. Vu son rôle dans l'équilibre alimentaire des individus, les pouvoirs publics sont sollicités pour organiser son circuit en mettant, par exemple, à la disposition des planteurs des crédits conséquents pouvant leur permettre d'augmenter leurs capacités de production et d'acquérir des moyens de transport pour approvisionner directement les marchés. Cela permettra à un grand nombre de ménages d'avoir accès aux légumes à un bon prix. Car, la longue chaîne de distribution actuelle entre producteurs, intermédiaires et consommateurs, explique en partie la forte flambée du prix du légume.

L'Etat peut ainsi contribuer à assurer la sécurité alimentaire et à lutter contre la pauvreté. Beaucoup de producteurs des villages installés tout au long des fleuves Chari et Logone tirent l'essentiel de leurs revenus monétaires de la seule vente de ces légumes. « Ces revenus permettent aux commerçantes de se fournir en produits de première nécessité comme le savon, le pétrole lampant, le sucre, l'huile, les articles de parure, de payer nos soins de santé et d'acheter des médicaments… ». Pour les producteurs, le revenu réalisé leur permet également de rembourser le prix des engrais et des semences, de payer la scolarité de leurs enfants et une partie de l'entretien familial.

De ce qui précède, il apparait donc que le ravitaillement de N'Djamena en légumes est assuré à travers deux circuits marchands[96] : les circuits directs dans lesquels le producteur vend directement au consommateur et les circuits indirects où les commerçants intermédiaires achètent en gros auprès des producteurs pour revendre aux consommateurs. A partir des observations menées à travers les marchés de légumes à N'Djamena, en l'occurrence le marché central, on se rend vite compte d'un fait frappant : beaucoup de ces femmes, et particulièrement les femmes Toupouri, occupent une position marginale.

Photo 6 : vendeuses Toupouri au marché central.



Deux explications sont possibles : pour éviter les taxes de la Mairie, elles préfèrent la vente à la sauvette, les étals spontanés sur les voies qui mènent aux marchés [victimes souvent de saisies de services municipaux] ; et pour la plupart, elles sont productrices de

[96] A ne pas confondre les circuits marchands avec les circuits non-marchands qui intègrent toutes les diverses formes de l'auto-approvisionnement [où les producteurs sont à la fois consommateurs].

légumes, moins organisées que les vendeuses habituelles qui ont des stands gérés par la Mairie. En tout cas ce commerce est-il très dispersé, peu organisé mais sévèrement contrôlé par les autorités de proximité. C'est une situation qui évolue à l'inverse du processus d'ethnicisation et de monopolisation.

5.2. Les femmes Kim et le commerce de poissons frais

Le travail sur le terrain s'est focalisé sur les femmes vendeuses de poissons de frais. D'après nos enquêtes réalisées à N'Djamena, les femmes Kim sont majoritaires dans le secteur et ceci met en évidence une emprise ethnique voire monopolisante invisible dans le commerce des légumes. Au centre de cette branche commerciale de poisson à N'Djamena, se trouve donc une ethnie, les Kim. Ces vendeuses de poissons, qui sont-elles ? Pourquoi dominent-elles cette branche? Comment s'organisent-elles ?

Aborder la question du commerce de poissons frais à N'Djamena par les femmes Kim, c'est d'abord retracer les circuits de l'approvisionnement, décrire ensuite la commercialisation de poissons frais à N'Djamena et ainsi les réseaux connexes inhérents.

a) Les femmes Kim, qui sont-elles ?

Les Kim sont une population du Tchad vivant principalement des produits de la pêche et de l'agriculture. Démographiquement, les Kim sont très minoritaires avec une population de 25 354 personnes en 2009 [RGPH2] [soit une proportion nationale de 1%] mais, ils bénéficient, au Tchad, d'une visibilité reconnue à cause du taro. Les Kim[97] ont une origine mélangée, mais le premier est venu du Baguirmi vers le 15eme siècle, et s'est ensuite métissé aux groupes voisins : Massa, Marba, Moussey, Besmé, Soumraï, etc. Une forte communauté Kim habite les grandes villes du Tchad en particulier N'Djamena [on les estime à 8000 personnes établies à N'Djamena et ses environs et 1500 saisonniers].

L'essentiel de l'économie provient de la production de la poterie, du taro, du riz, de la pêche. Les femmes Kim sont très entrepreneuriales dans le commerce, notamment le commerce du poisson, du taro. La visibilité commerciale des femmes commerçantes est attestée sur les marchés nationaux [N'Djamena, Moundou, Kélo, Gounou-Gay, Bongor…]

[97] CABOT. J. [1953]. *Kim : village du Moyen-Logone [région du Mayo-Kebbi],* Brazzaville, Bulletin de l'Institut d'études centrafricaines, Nouvelle série n° 5, p. 41-61.

et aussi les marchés africains [Nigeria, Benin, Togo, Mali, Côte d'Ivoire] pour le commerce des fameux tissus Bazin Indigo et wax Hollandais.

En milieu Kim, si la pêche du poisson est assurée par les hommes, ce sont néanmoins les femmes qui s'occupent essentiellement de la vente aux marchés. Si ces femmes sont arrivées dans le secteur, ce n'est pas fortuit. Chez les Kim, la pêche est la première activité économique et ce, depuis les temps immémoriaux. On ne peut donc rendre intelligible cette spécialisation ethnique, sans l'envisager hors de son contexte historique. Entre les années 1950 et 1970, les premières populations Kim arrivées à N'Djamena étaient uniquement des pêcheurs saisonniers, puis permanents s'établissant sur les bancs de sable de Ngoumna, Milézi, Goré, etc. Les villages périphériques de N'Djamena tels que Miskine, Gormondjo, Kousseri sont des sanctuaires de la pêche fluviale et sont peuplés par les pêcheurs Kim. Les premières femmes Kim vendeuses de poissons sur les marchés de N'Djamena provenaient de ces différents villages. Aujourd'hui, ce ne sont pas seulement les femmes des pêcheurs Kim qui commercialisent, mais on retrouve aussi des femmes Kim dont les époux sont issus de toutes les catégories socioprofessionnelles [cadres de la fonction publique, ouvriers, mécaniciens, maçons, etc.]. Pour revenir au commerce de poissons frais par les femmes Kim, voyons comment s'opère cette activité à N'Djamena.

b) La commercialisation de poissons frais à N'Djamena

Pays enclavé, le Tchad comble son inaccessibilité à la mer par l'exploitation de ses multiples fleuves et lacs. Les principaux fleuves sont le Chari et le Logone respectivement longs de 1200 km et 1000 km. Ces cours d'eau sont très poissonneux et offrent au pays un potentiel important en ressources halieutiques reconnu dans la sous-région. Malgré une production de poisson atteignant parfois 80 000 tonnes en moyenne, la demande dépasse toujours l'offre. Il faut noter que si les fleuves Chari et Logone produisent du poisson en abondance selon les saisons, le Lac Tchad produit annuellement plus de 50 000 tonnes[98]. Principal point de ravitaillement en poisson, le lac Tchad [sa superficie était de 25 000 km² et aujourd'hui, elle est de moins de 5000 km²] alimente constamment N'Djamena, la capitale tchadienne. Plusieurs espèces de poissons sont capturées par les pêcheurs nationaux à savoir les Ngambay, Sar, Niéllim, Barma, Besmé, Kim, Massa, Mousgoum,

[98] Données chiffrées à partir des taxes. Mais selon commerçants, elles sont nettement inférieures à la quantité réellement commercialisée.

Kotoko, Boudouma, Boulala, etc. et étrangers dont les maliens, sénégalais, nigérians, etc. Les espèces fréquemment retrouvées dans les marchés de N'Djamena sont les silures et les tilapias appelés carpes. Les prises sont considérables. Cependant, "il est difficile de donner un chiffre exact de la quantité de poissons pêchée dans le lac", déclare l'intérimaire du chef de service de pêche. Il est un fait, cette activité commerciale très lucrative, le commerce de poisson génère donc des revenus importants aux vendeuses Kim [cf. tableau n° 23 et Graphique n°7] que nous avons enquêtées au marché de Dembé. Ces femmes vendeuses représentent plus de 40% de la population féminine active opérant dans ce secteur à N'Djamena, surtout en ce qui concerne le marché du poisson frais.

Tableau 24 : appartenance ethnique des vendeuses de poisson frais.

Ethnies	**Nombre de vendeuses**	**Provenance cours d'eau**	**Espèces vendues**
Kim	72 **%**	Lac Tchad Chari Logone	carpes ou forfo [tilapia], capitaines. silures [garga, balbout, ab-chanab] sardines ab-sounine anguilles congelés [maquereaux…]
Ngambay	8 **%**	Lac Tchad Chari Logone	
Autres groupes	20 %	Lac Tchad Chari Logone Lac Fitri Cameroun	

Source : enquête de terrain, 2012

La plus grande partie des poissons commercialisés frais à N'Djamena provient essentiellement du lac. Plusieurs espèces sont vendues : carpes ou tilapia, capitaines silures appelées Garga, Balbout, ab-chanab, sardines, Ab-sounine, anguille, salanga, etc.

c) Circuits et réseaux marchands

Le transport de poisson se fait au petit jour pour éviter la grosse chaleur de la journée [chaleur très élevée atteignant parfois 45°C]. C'est très tôt le matin entre 6h00 et 8h00 que les premiers camions chargés de poissons frais arrivent à N'Djamena, après quelques heures de route (selon le trajet et les points de collecte de poissons). Une vingtaine de camions au total assurent par jour l'approvisionnement quotidien de N'Djamena en poissons frais entre le lac et la capitale. Deux circuits de distribution de poissons frais existent : celui assuré par les producteurs, entendre les pêcheurs, depuis les lieux de pêche aux lieux de la consommation[les hôtels, les restaurants, les grands patrons...] Ce sont les circuits directs impossibles à maîtriser. Grosse clientèle, les hôtels [disposant de matériels modernes de conservation comme les boites frigorifiques] sont les premiers privilégiés dans ces circuits. Au lac en amont des vendeuses de N'Djamena, il existe des groupements de pêcheurs et collecteurs de poissons :

- des pêcheurs autochtones de Mahada Fil se sont organisés en trois groupes pour louer des véhicules et expédier leur poisson frais sur N'Djamena; ils contrôlent même l'état des véhicules qui transportent le poisson;
- des commerçants et commerçantes individuels ont leur intermédiaire et logeur dans les localités de Kinasserom, N'Djamena, Blangoa, qui prend la vente en charge moyennant une somme modique [1.400 F par sac de poisson] et leur reverse leur dû après la vente.

Le poisson frais est ramassé sur les lieux par des réseaux de commerçants qui, à partir du port de Mitteriné notamment, et du port de Mahada l'acheminent sur N'Djamena. Deux organisations [Haoussa et Arabes] à Mitteriné, dont la plus importante compte 24 commerçants arabes, s'occupent du ramassage et le tri des espèces. Ceux-ci se font la nuit au port avant expédition en camionnette et sous glace vers N'Djamena. A Mahada, c'est un groupement de pêcheurs lui-même qui s'entend avec les transporteurs pour l'expédition. Les uns et les autres surveillent l'état des véhicules qui transporteront leur poisson pour éviter les pertes occasionnées par des pannes prolongées.

Puisqu'il est question des femmes vendeuses Kim, nous allons nous intéresser aux circuits indirects[les intermédiaires grossistes et les intermédiaires détaillants]. Les femmes vendeuses, plus nombreuses, assurent la vente en gros et en détail dans les différents marchés de N'Djamena[le marché de Dembé est le point principal de distribution pour la ville de N'Djamena.

Comme toute activité humaine, le commerce de poisson connait et favorise des liens d'amitié entre les fournisseurs et les vendeuses d'une part ; et d'autre part des liens familiaux entre les vendeuses elles-mêmes. Ces liens peuvent prendre diverses formes en fonction des situations. Une forte solidarité très mécanique existe entre les vendeuses issues de la même famille, clan ou ethnie. C'est par exemple, le cas des sœurs, cousines, tantes qui s'associent pour former le capital et les cautions solidaires [très souvent pour compenser les diverses pertes collatérales].

A N'Djamena les vendeuses de poissons se constituent en groupes familiaux d'une dizaine de femmes, ce qui favorise leur accès aux crédits de commercialisation et chacune d'entre elles emprunte à la caisse du groupe selon des modalités qu'elles établiront entre elles. Le plus souvent c'est le crédit de type solidaire qui est demandé et il varie entre 3 millions et 5 millions, remboursable en dix mois avec un intérêt d'environ 300 000 F CFA. Ces deux circuits sont plus ou moins organisés : de la collecte à la consommation

d) Les principaux points de ravitaillement des collecteurs

Kinassérom, Fitiné, Koulfoua, Kangalam, Guité,Mani et Bol sont les principaux points de ravitaillement de N'Djamena en poissons frais. La plupart des pêcheurs travaillent uniquement pour le compte des grossistes qui les emploient et les dotent en engins de pêche : pirogues motorisées ou pas, filets et autres. Ils leur paient des salaires et leur donnent également du carburant et des vivres. Ce sont les principaux points où passent les poissons pêchés dans le lac Tchad pour alimenter les marchés de la capitale. Les fournisseurs offrent aux clients des tilapias [appelés carpes], des silures, des capitaines, etc. à des prix variés. Par exemple, une cuvette de gros tilapias, revient à 25 000 francs Cfa au port. "Ce poisson est beaucoup sollicité à N'Djamena. Nos clients qui le vendent en tirent de gros profits", souligne un vendeur qui justifie ainsi le montant élevé de sa livraison. La carpe se mange tous les jours avec délectation dans les buvettes, les bars et les points de grillade, ainsi que lors des pari-ventes [sorte de tontine] par les n'djamenois.

Ceux qui prennent place dans ces véhicules payent le transport pour eux-mêmes et pour leurs articles. De Guité à N'Djamena, ils déboursent environ 4500 francs. Certains livrent en gros leurs produits aux autres grossistes ou aux détaillants en majorant les prix. Ces derniers les revendent à leur tour, en incluant également leur bénéfice, informe un voyageur. Un seul produit peut-être revendu plusieurs fois avant d'arriver chez le consommateur. "Par exemple, le poisson frais acheté à 6000 francs au bord du lac, peut se revendre parfois à 25 000 au marché de Dembé", détaille un vendeur. Là, un représentant des fournisseurs collecte de l'argent après la vente pour leur envoyer, nous renseigne un autre grossiste.

Certains revendeurs proposent sur le champ quelques poissons à d'autres. "Si nous trouvons une petite quantité de poissons, nous la revendons sur place. Généralement, nous désignons l'un d'entre nous pour vendre à crédit les quantités assez importantes aux détaillants à N'Djamena", nous confie un revendeur qui dirige un groupe composé de 12 personnes exerçant cette activité depuis une douzaine d'années. "On ne fixe pas le prix de vente au détaillant. C'est un problème de confiance, ajoute l'interlocuteur qui révèle, par ailleurs, que son équipe est incontournable : « tout passe par nous". Les pêcheurs sont tenus de nous vendre leurs produits. C'est nous qui leur avons donné les engins de pêche", explique-t-il. D'autres, surtout les femmes, nombreuses dans la filière, achètent du poisson frais qu'elles fument ou sèchent avant de vendre sur les marchés locaux ou étrangers. Elles passent par des courtiers pour écouler leurs marchandises. Ces derniers s'imposent en interface entre les vendeuses et les acheteurs tchadiens, nigérians, camerounais qui écument les marchés du lac Tchad. Par exemple sur le marché de Fitiné, un courtier explique : "Je propose le prix, mais le dernier mot revient au vendeur qui accepte ou pas de livrer son produit".

La vente de poisson constitue une source de revenu pour de nombreuses populations et génère en même temps des ressources pour le trésor public. Selon les données nationales, la pêche a rapporté en 201145,5 milliards de francs Cfa au PIB. Or, cette filière évolue dans l'informel. Elle est coiffée par des intermédiaires qui spéculent sur le prix des produits halieutiques sur les marchés. Il s'agit, notamment des collecteurs, des courtiers qui accueillent les pêcheurs et se proposent d'écouler leurs produits sur les marchés. Les collecteurs sont en fait des commerçants grossistes ; ils parcourent les îles à bord de pirogues motorisées pour collecter des prises à très bas prix auprès des pêcheurs tchadiens

et étrangers [Camerounais, Nigérians, Maliens et autres nationalités]. Ils transportent de la glace dans de grandes caisses en contreplaqué pour la conservation du poisson frais.

e) Techniques et stratégies de ces femmes

Il y a deux types de vente en gros : en sac de 100 kg et en bassines de 25 à 30 kg. Les détaillantes, elles, vendent à l'unité ou en tas. Au point de vente en gros, les bassines, considérées comme l'unité de mesure sur les marchés de poissons frais, coûtent entre 20 000 FCFA et 25 000 FCFA pour les petits poissons. Les plus gros poissons pesant souvent jusqu'à 20 kg sont vendus à l'unité, en moyenne, entre 25000 et 50 000 FCFA. Sitôt approvisionnées auprès des collecteurs et autres intermédiaires, les vendeuses détaillantes prennent la direction des différents marchés de la capitale où elles vendent sur leurs stands d'étals. La vente se fait ainsi par unité et par petits tas, dont les vendeuses seules ont le secret de tarification. En fonction de la qualité, de l'espèce et du poids au kg, elles connaissent le prix minimum auquel chaque poisson peut être vendu. Les taxes[99] perçues sur les activités de pêche font monter les prix quant à eux varient selon les saisons climatiques et la remontée des eaux [seule la carpe est disponible en toute période] et dans une certaine mesure, en fonction de la tête du client [Asso, qui est le diminutif de associé, terme que ces femmes utilisent pour leur clientèle habituelle]. Très vite dans la journée, des quantités de poissons sont facilement vendues à des prix exorbitants peu accessibles aux couches sociales modestes et surtout dans les périodes où la demande dépasse souvent l'offre[le phénomène étant accentué depuis 2003 qui a vu la population de N'Djamena

[99] Les Décret n° 024/PR/MTEF/DG/DEP/85 et n° 019/MTEF/DG/DEP/85 du 27 juin 1985 accordent l'exclusivité du droit de pêche à l'Etat sur la délivrance des permis de pêche. Le montant du permis de pêche est de 12.500 F CFA par an pour les nationaux et 75.000 F CFA par an pour les étrangers. Leur aspect centralisateur ne permet pas une gestion rationnelle et durable des ressources halieutiques, ni la prise en compte des spécificités régionales. L'autorisation de transport de poisson est délivrée moyennant le paiement d'une taxe fixée à 10 F CFA/kg pour le poisson frais et le poisson séché et 15 F CFA/kg pour le poisson fumé. Ces autorisations sont valables pour un seul voyage et pour l'itinéraire prévu. Les transports de poisson frais, quand ils ne dépassent pas un total de 15 kg par personne détentrice ou destinataire, sont considérés comme effectués en vue de la consommation familiale et ne font l'objet d'aucune taxe.

s’accroitre en peu de temps].Pour un sac de poisson frais acheté en gros, voici les frais et le bénéfice réalisés en détail[les montants en moyenne].

Tableau 25 : coût et bénéfice de la vente de poissons.

Frais	Montant[en CFA]
• Achat de poisson frais	21500
• Taxes et quittances	20.000
• Manutention à N’Djamena	2.000
• Glace [2000 F à l’unité]	5. 500
• Vente	80.000
• Bénéfice	58.500

Source : enquête de terrain, N’Djamena, 2012

En effet, plus de 80% des vendeuses rencontrées sur le marché de Dembé et le marché central sont très optimistes quant à l’avenir de leur filière. Ces femmes, courageuses et battantes, arrivent avec habileté entrepreneuriale, à « compenser certaines pertes en usant l’épargne familiale», déclare Fatimé, vendeuse de poisson au Marché de Dembé.

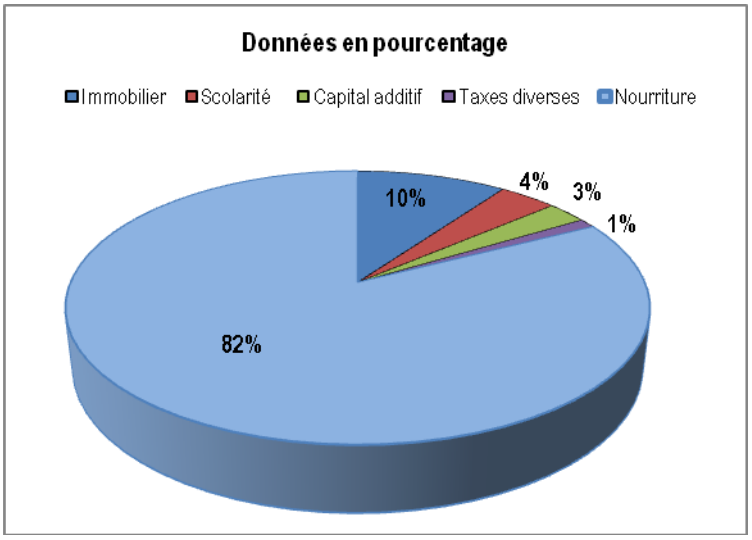
f) Impact du commerce de poisson

Les données sur l’impact du commerce sur la vie de ces vendeuses varient selon les cas. Certaines se plaignent, alors que d’autres se réjouissent :"toutes ces années de commerce de poissons, les bénéfices de mes ventes m’ont permis de payer des concessions ou loger ma famille, de nourrir et scolariser mes enfants et de les soigner", se confiait avec fierté Fodia, la présidente de l’association des femmes de poissons aux marchés de N’Djamena.

Photo 7 : vendeuses Kim au marché de Dembé



Figure 6 : impact socio-économique.



Source : enquête de terrain, 2012.

Malgré quelques pertes dues à la décomposition du poisson, les frais divers, comme par exemple acheter de la glace pour conserver leur produit ou la location des box de réfrigérateurs de fortune, force est de constater que le secteur de la commercialisation du poisson au Tchad est porteur et prometteur. Les autorités publiques devront encourager ce secteur en créant les conditions, le cadre juridique qui sont favorables à son épanouissement.

Le premier niveau de concentration ethnique, héritage régional d'une spécialisation facilite l'appréhension de ce commerce et devrait rendre possible sa formalisation nécessaire. Ses produits sont à la fois très sensibles au plan de la qualité [fraîcheur], très demandés et très exploités à partir d'une ressource fragile : le lac en régression.

5.3. Les Kanembou et le commerce de friperie

Photo 8 : Stands de friperie au Marché Central de N'Djamena.



a) Qui sont les Kanembou?

Les Kanembou, au Tchad, vivent principalement dans les régions du Kanem, du Lac et du Hadjer-Lamis et forment une communauté d'environ 377 000 habitants, soit 3,3% de la population nationale [RGPH2, 2009]. Ce sont des populations noires de type saharien qui

sont apparentées aux Kanouri, Kouri et Bornou. Ils appartiennent au groupe Kouri et à la famille nilo-saharienne.

Leur goût pour le commerce est fort lointain : ils pratiquaient jadis le commerce transsaharien avec des caravanes de chameaux qui peuvent atteindre les villes arabes telles que La Mecque et Medina. Groupe sédentaire, les Kanembou pratiquent l'élevage du bétail et l'agriculture dans les polders sur les rives est du Lac Tchad[le blé, le mil et le maïs] ; ils pratiquent aussi l'extraction du natron. Leur proximité avec le Nigeria et N'Djamena, est une opportunité commerciale majeure.

Descendants de cet ancien grand empire[le Kanem-Bornou], les Kanembou et le plus souvent, leurs chefs traditionnels sont, jusqu'à aujourd'hui, très influents auprès des autorités des différents gouvernements du Tchad. Mais c'est surtout avec l'arrivée au pouvoir de Lol Mahamat Choua [un Kanembou originaire de Mao] en 1979 que les Kanembou ont connu une bonne notoriété politique au plan national.

Depuis les temps anciens, le métier préféré des Kanembou est le commerce. Ainsi, au Tchad, ils forment la plus grande ethnie marchande: entre 1979 et 1999, selon notre enquête, ils seraient à 75% des commerçants de N'Djamena [l'un des groupes ethniques les plus riches du Tchad]. Nous allons nous intéresser à l'un des commerces dominés par les Kanembou à N'Djamena : les friperies.

b) Caractéristiques des friperies

Une friperie est un commerce de détail qui vend des vêtements d'occasion, les fripes [fibre, petite chose sans valeur]. Par métonymie, la fripe désigne la revente des vêtements et, par extension, des objets usés. Le commerce de friperies dans le monde existe selon trois typologies de fripiers:

→ certaines friperies sont tenues par des organismes caritatifs, les vêtements provenant des dons des particuliers. Ici, la collecte, le tri, les éventuelles réparations et la mise en vente des vêtements sont très souvent assurés par une entreprise de réinsertion sociale.

→ D'autres fonctionnent sur le principe du dépôt-vente, les vêtements sont apportés par des particuliers et la friperie leur tient lieu d'intermédiaire commercial.

→ Enfin, certaines achètent les vêtements, généralement au poids, lors de déstockages d'usines ou de magasins traditionnels [faillites, fins de série, soldes invendus, etc.].

Ces trois types de friperies sont caractérisés par les bas prix pratiqués et leur intérêt réside dans le fait qu'il est possible d'y trouver des vêtements vintage. Avant et après l'indépendance du Tchad en 1960, les premiers marchands de friperies étaient des étrangers [vendeurs en gros dans les boutiques], les libanais et les syriens, etc. Les populations tchadiennes, en particulier les Kanembou, intègrent ce commerce après la fuite des étrangers pendant les guerres civiles de 1979.

c) Commerce de friperies [gondja] à N'Djamena

Les friperies ou les vêtements utilisés [peu usés] constituent désormais le palliatif pour une grande majorité de la population en matière d'habillement compte tenu des prix attractifs. Le recours à la fripe est ainsi devenu par ces temps de crise, un passage obligé et rend, pour ainsi dire, d'énormes services aux petites bourses. En effet, au vu des prix affichés dans les magasins de vêtements de la ville, s'habiller revient de nos jours à se ruiner, surtout pour les familles nombreuses.

Rencontré au niveau du marché de Dembé, un père de famille qui fouillait dans un tas d'habits usagés nous dira "depuis que la friperie est entrée chez nous, j'arrive à m'en sortir sur le plan financier. Avec seulement 10000 francs CFA, je peux habiller mes deux enfants de la tête aux pieds". A ce propos, un fripier Kanembou, connu des populations de Sabangali sous le surnom de Kamcoura [très apprécié par les clients pour son sens du contact et d'humour], notait en ces termes "on reçoit toutes les catégories de personnes, et on fait des affaires". Le marché de la friperie a connu une nette évolution depuis quelques années, et le chiffre d'affaires est très intéressant, ce qui explique la multiplication des boutiques spécialisées dans ce commerce, qui se livrent, il faut le dire, une concurrence ardue pour se maintenir, et chacun possède une technique personnelle pour attirer les clients». Un autre commerçant renchérit: "J'avais un seul magasin de chaussures d'occasion, mais comme ça marchait bien, j'en ai ouvert un deuxième".

Les stands ou boutiques grouillent de monde, et tout un chacun cherche à dénicher la bonne affaire à moindre coût. "Il est vrai qu'on peut trouver un vêtement presque neuf, nous dit une jeune fille, mais ce n'est pas toujours le cas malheureusement". Et d'ajouter que certains habits usagés commencent à faire partie du domaine du luxe puisque les prix proposés sont parfois élevés [Jeans Lewis, par exemple]. La friperie fonctionne dans les marchés de N'Djamena, car elle est devenue aujourd'hui un commerce à part entière. Il faut souligner, précisent des commerçants, l'interdiction faite par les services sanitaires de tout linge de corps et des visites régulières des services du commerce sont faites.

Tableau 26: expansion du commerce de friperies.

Marchés- Dépôts	Fripiers	Boutiques
Marché central	203	123
Marché de Dembé	143	103
Marché de Mil	98	87
Marché Aladaye	77	74
Marché Choléra	65	62
Marché de Farcha	64	62
Marché d'Atrone	43	40
Total	**693**	**551**

Les boutiques et les dépôt-ventes sont exclusivement tenus par certains Kanembou. D'autres, en majorité des jeunes chômeurs, sillonnent les quartiers, les bars, les buvettes, et font du porte à porte pour vendre leurs produits. Il faut toutefois remarquer que le commerce de friperies dans le milieu Kanembou, est l'affaire des hommes. Les raisons sont liées à la culture et à l'organisation sexuelle du travail dans les sociétés musulmanes et en particulier la société Kanembou.

Par contre, les autres groupes ethniques [précédemment mentionnés], minoritaires et moins organisés dans ce secteur, se contentent de petit détail devant les étals sur les voies les plus fréquentées de N'Djamena. Ce sont pour la plupart des intermédiaires. Et de plus en plus de femmes Sara se ravitaillent à partir de Kousseri où les prix sont plus avantageux que ceux proposés par les grossistes Kanembou à N'Djamena.

C'est au marché central de N'Djamena et au marché de Dembé que le commerce de la friperie est le plus présent. Les habits dits de premier ou de deuxième choix sont étalés sur des plastiques à même le sol en bordure de route. D'autres vêtements sont entassés ou emballés dans des ballots prêts à être proposés aux clients. On y trouve tous types d'habits: des pantalons pour femmes, pour hommes, des chemises, des sous-vêtements, des chaussettes, des serviettes, des vestes etc. Les produits les plus vendus :

- des chaussures et des bottes,
- des accessoires [foulards, ceintures...],
- des robes, des jupes...
- des chemises, des Tee-Shirts.
- des « fourrures » (peluches).

Dans d'autres marchés de la capitale on retrouve également des chaussures pour hommes, femmes et enfants. Les prix sont d'ailleurs discutables. Et ce sont certainement ces petits prix qui amènent de nombreuses personnes à s'approvisionner dans le marché de la friperie. Les prix des friperies sont très abordables dans les magasins tenus par les commerçants Kanembou qui se sont spécialisés dans la vente en détail, ou sur les étals des artères qui mènent aux marchés de N'Djamena. Ce sont des centaines de personnes, toutes couches sociales confondues, qui se ruent sur les étals de ces marchés, à la recherche des bonnes affaires car, en plus du bas prix, les vêtements qui sont proposés sont souvent d'une qualité appréciable, voire presque neufs. On peut trouver des vestes de 5000 à 15000 francs CFA, des pantalons à 4000 francs CFA, des t-shirts ou chemises à 1000 francs CFA, des chaussures à 4000 francs CFA, etc.

Photo 9 : les étals de friperies au Marché de Dembé.



Le jour de déballage, c'est une ruée importante des clients qui prennent d'assauts les friperies. Avec le coût élevé de la vie, certaines personnes ont du mal à s'offrir un habit à 10000 Francs Cfa ou à 25000 Francs Cfa qu'offrent les super boutiques du prêt à porté. Le marché de friperie a ainsi pris une grande ampleur à N'Djamena et dans d'autres régions du pays. Il est davantage exercé par des hommes et des jeunes sans emploi.

d) Circuits et réseaux marchands

La provenance des friperies est diverse. Importées de Tunisie, du Canada, des Etats-Unis et d'Asie, les friperies de N'Djamena arrivent dans des containers par les ports étrangers, notamment le port camerounais de Douala. Les cinq grandes entreprises de distribution de friperies dans le monde où proviennent les milliers de balles de friperie à N'Djamena:

- Belgotex à Willebroek en Belgique,
- Dohmann Friperie à Dortmund en Allemagne,
- Esportex à Ercolano en Italie,
- Friperie Canada à Boissonneault St Léonard à Montréal au Canada,
- Nouratex BVBA à Lokeren en Belgique.

A N'Djamena, il y a deux circuits de marchands : d'une part les grossistes qui vendent uniquement dans les dépôts et d'autre part trois types de détaillants: les vendeurs en

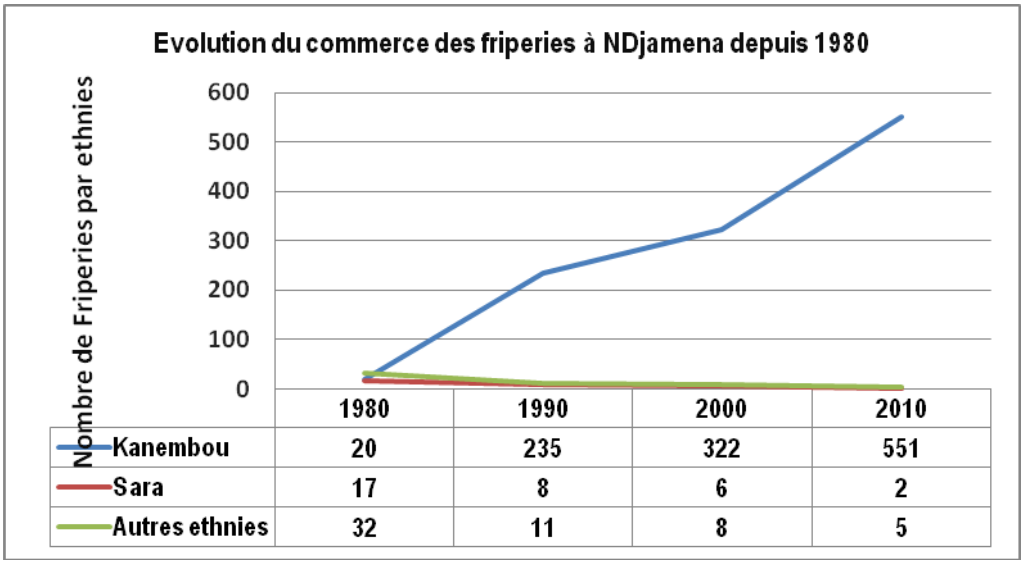
boutique, les étaliers vendant dans la rue et les ambulants qui sillonnent les quartiers [porte à porte, bars et buvettes].

Photo 10 : dépôt de friperies au marché central.



Selon les enquêtes menées sur la branche de friperie à N'Djamena, les Kanembou détiennent 92% du commerce des friperies au niveau de N'Djamena. Quelques jeunes hommes et femmes Sara [2%] et autres groupes ethniques très isolés [6%] ont été recensés. Mais le constant fait que cette frange de population reste marginale, d'autant plus qu'il est difficile pour une autre ethnie de progresser dans la branche. C'est un domaine, faut-il le dire, des commerçants Kanembou, car les Kanembou excellent depuis des années dans le commerce des friperies. Ils ont tissé de solides réseaux familiaux tels que toute concurrence y est perçue comme hostilité. Les marchés de friperies à N'Djamena, c'est presque la chasse gardée des Kanembou. Ils sont partout dans les différents marchés et tiennent ce commerce en gros comme en détail.

Figure 7 : évolution des friperies à N'Djamena depuis 1980



Il y a dix ou vingt ans le commerce de friperies se déroulait au marché. Mais avec le phénomène de l'exode rural, de nombreux jeunes quittent les villages à la recherche de l'argent. Et c'est le cas de nombreux jeunes Kanembou [estimés en 2010 entre 80 à 120 actifs]. La majorité des vendeurs ambulants sont venus des campagnes. M. Choukou, jeune fripier ambulant, est arrivé de Ngouri, il ya deux ans. Initié par ses aînés, il se ravitaille à crédit [100] au marché du Dembé chez son grand-frère qui à son tour s'approvisionne au marché central de N'Djamena auprès de leur oncle paternel. Entre les commerçants Kanembou, grossistes et détaillants, il ya des liens familiaux solides. Le prix ou les passassions des marchés sont discutés à l'amiable, très souvent en famille. Ils se répartissent les zones ou marchés en fonction des affinités familiales et régionales. Il arrive même qu'ils se prêtent de l'argent liquide et se font souvent assister en période de crise. Les entretiens réalisés [par exemple la biographie avec Oumar B.] dans le milieu Kanembou ont permis de révéler des liens extra-commerciaux tels que les formes d'assistance sociale pendant les temps de deuils, de mariages et de baptêmes.

[100] Le système de vente-crédit en milieu Kanembou consiste à donner une quantité de marchandises à de proches parents ou amis pour un montant donné sans bénéfice que celui-ci devra rembourser après la vente. Ce système est très répandu chez les Kanembou, les Kréda et les Ouaddaïens et il facilite le premier accès au commerce surtout pour les débutants dépourvus du capital nécessaire.

Comme bien d'autres branches précédemment mentionnées, le commerce de friperies est un secteur en pleine expansion. Il emploie plus de deux mille actifs, dont 1500 Kanembou, soit 689 commerçants officiellement connus des services publics. Ce commerce, selon les chiffres de l'enquête de terrain nourrit 2671 ménages à N'Djamena. Hormis les taxes de douane qu'il est difficile de chiffrer exactement pour cause de corruption, les impôts et les quittances municipaux prélevés sur les commerçants de friperies s'élèveraient à hauteur de 28 millions[101] par an. Pourtant, il n'en demeure pas moins que le secteur reste, en grande partie, informel vu ses modalités de fonctionnement et d'expansion. Sa structuration ou sa réglementation par le contrôle institutionnel pourrait être bénéfique à l'économie nationale et même aux commerçants.

Les commerçants Kanembou ont une qualité managériale connue : dynamiques débrouillards audacieux…Ils sillonnent les rues, investissent les bars et les restaurants avec leurs marchandises, sur la tête, au cou, aux coudes, ou aux bras et à la main, peu importe les circonstances climatiques : soleil cuisant, la pluie.... L'important c'est vendre leurs marchandises de friperies [des serviettes, des chaussures, des chemises, pantalons, etc. Ce sont des commerçants itinérants ou de véritables boutiques ambulantes. Si certains peuvent vendre dans les rues et les buvettes, d'autres détaillent dans des boutiques implantées au marché central de N'Djamena, au Marché Dembé.... D'aucuns, avec une certaine amabilité flatteuse, préfèrent vendre en faisant le porte à porte dans les quartiers des sudistes à N'Djamena et vendent aux domiciles des fonctionnaires et des personnes riches. Ces derniers peuvent même vendre des produits à crédit. Leur marque de fabrique, c'est le marchandage de prix. Pour un article qui coûte 3000 CFA ailleurs, le Kanembou en demande 9000 fcfa, pour finalement le céder à 1500 fcfa. Très entreprenants, les commerçants Kanembou s'adaptent très facilement aux conjonctures économiques. Lorsque son commerce est peu bénéfique, il est prêt à l'abandonner pour lancer une autre affaire, grâce à ses réseaux familiaux et marchands très solides. Autre caractéristique des Kanembou, aussi bien dans leurs commerces que dans leur vie, c'est la frugalité et l'endurance pendant des heures, leur sens du gain. Pour les nouveaux arrivants, ils se regroupent à 5 ou 6 pour louer une petite chambre moins chère. Pour payer ou préparer leurs repas, le plus souvent en commun, ils se cotisent, payant chacun de 100 à 200 CFA par jour. La préparation de ce maigre repas se fait à tour de rôle. *"Ces gens savent*

[101] Les chiffres fournis par les commerçants sont différents de ceux donnés par les services de la Mairie et de la Direction des PME.

comment se nourrir sans dépenser un sou", affirme Aguid, un vieil arabe Toundjour, qui habite le même quartier que les Kanembou à N'Djamena. Selon lui, la stratégie des commerçants Kanembou, c'est économiser beaucoup d'argent.

On peut classer ces vendeurs de friperies en trois catégories, selon la taille de leurs affaires. Il y a ceux qui, après avoir vendu le fruit de leur travail agricole, viennent en ville, ils s'achètent de petits quantités de marchandises, une vingtaine de fripes et les revendent en sillonnant la ville. Ceux qui arrivent sans capital et achètent à crédit auprès d'un proche une quantité donnée pour le détailler dans les quartiers, et qui remboursent le crédit au bout de quelques jours, et qui économisent le bénéfice généré. Leur chiffre d'affaires surprend toujours lorsqu'au bout de quelques mois ils augmentent leur capital et ainsi la quantité de marchandises. Ces commerçants itinérants se stabilisent au bout de deux ou trois ans, et deviennent à leur tour des grands commerçants. Ce sont des débrouillards saisonniers pour la plupart venus des villages. Ils vivent groupés en colocation *low-cost* ou chez des parents et d'autres coreligionnaires. Ils profitent des réseaux familiaux et marchands tissés : achats à crédit des marchandises, liens entre neveux ou cousins, ils sillonnent la ville en groupes [quelques isolés et souvent expérimentés], le capital familial provenant d'un oncle ou d'un autre proche.

Une troisième catégorie débute en organisant le "azouma", une sorte de cérémonie de réjouissances pendant laquelle les invités offrent quelques petits billets de banque à l'organisateur de la cérémonie. L'organisateur, une fois le compte fait en famille, constitue son capital et se lance dans le commerce. Il achète les fripes chez les parents qui les lui laissent à bas prix le jour de déballage où les membres de la famille sont informés. Il se promène et détaille en ville et, une ou deux années suffisent pour se lancer dans les grandes affaires. Les commerçants Kanembou savent que la langue est un outil important. Ils sont capables de communiquer dans la langue du client, en plus de l'arabe dialectal, des petits mots français grappillés à gauche ou à droite, et de plus en plus dans les milieux sudistes, en *Ngambay* [langue locale qui commence à s'imposer aux Tchadiens après l'arabe dialectal]. Puisque leur clientèle est composée pour la plupart de petits intellectuels sudistes habitués à s'exprimer en français, les commerçants Kanembou balancent quelques mots entre le ngambaye, français qu'ils baragouinent en le mélangeant à leur langue maternelle. Ils déambulent souvent en groupes de 5 ou 6 personnes pour se défendre

contre les petits colombiens[102] et autres malfaiteurs noctambules. Quand ils sont fatigués, ils se couchent auprès de leurs marchandises et se reposent [petites siestes] au bord des rues ou à l'ombre des bars, mais l'un d'entre eux reste éveillé pour surveiller les éventuels voleurs.

Bien que musulmans, les commerçants Kanembou ne perdent pas beaucoup de temps dans la prière: ils font très rapidement leurs ablutions sur des nattes ou des tapis de fortune qu'ils trouvent auprès de leurs coreligionnaires, récitent quelques sourates, et très vite, ils repartent avec leurs marchandises. Pour un commerçant Kanembou, ambulant ou pas, les querelles et autres bagarres de rue sont considérées comme une énorme perte de temps. Il est rare qu'ils répondent aux provocations et insultes. Ils s'en remettent toujours à Dieu et ne manquent pas de marmotter en arabe *Allah yafta!*[en arabe "que Dieu te pardonne"]. Il est un fait, le commerçant Kanembou est un homme pressé: il n'a pas de temps à perdre devant la police ou la gendarmerie dans les cas de bagarres. L'efficacité et la réussite économique des Kanembou n'étonnent personne - sans usage de la magie dans leur commerce comme certains groupes commerçants – cela tient au dynamisme de ces marchands de tous les risques. Le Kanembou a justement confiance en Dieu et en lui. Aujourd'hui ces groupes de commerçants ont acquis au fil du temps un réel pouvoir économique reconnu des populations tchadiennes.

Une autre stratégie de ces commerçants consiste à élargir leur activité en diversifiant ou en mutant dans certains domaines juteux comme l'immobilier et les banques. En effet, un nombre important de commerçants Kanembou ont acquis une position sociale et économique très confortables grâce aux placements dans les banques de la place. Certains sont devenus même actionnaires avec une part non négligeable des actions. D'autres se sont s'imposés tant au niveau régional que dans les grandes villes où, un bon nombre se sont lancés dans le secteur immobilier, soit par la spéculation boursière[ils achètent à bas prix des terrains aux autochtones pour les revendre plus tard aux grands commerçants à des sommes exorbitantes], soit par la mise en location, à l'Etat ou aux grandes entreprises, de somptueuses villas à des prix relativement élevés.

5.4. Commerce de *laban* à N'Djamena

[102] Termes très utilisés dans les milieux n'djamenois pour désigner les voleurs, pique-pokets ou autres brigands. A l'origine, il servait à désigner uniquement les petits voleurs du marché Dembé, puis s'est généralisé à tous les voleurs de la capitale.

"Entre femme et femme c'est comme entre vache et vache. Lorsque l'une voit où pousse la bonne herbe, elle n'appelle pas l'autre". Proverbe peul.

La vente du lait est un commerce qui existe depuis fort longtemps et procure des revenus substantiels à de nombreux ménages éleveurs au Tchad. Dans les centres urbains, le commerce est plus développé que dans les zones rurales à cause de fortes demandes de consommation. C'est le cas de la ville de N'Djamena dont les circuits et les réseaux de distribution sont les plus complexes et les plus informels.

a) Appartenance ethnique des vendeurs de lait

Le village Djermaya reste un sanctuaire de commerce du lait. Dans les années 1960 des femmes d'éleveurs, à l'origine des arabes Babalia, vendaient du lait à 10 francs CFA le litre, aux militaires français, établis sur le site [une bute Sao] du village de Djermaya. Attirés par ce débouché, ces producteurs ont fini par habiter dans le voisinage de ces européens. La demande de plus en plus croissante de lait a conduit à l'accroissement des populations actuelles du village de Djermaya [Situé à 25 km au nord de N'Djamena sur l'axe principal qui mène aux villes du nord du Tchad].

L'élevage[103] est, au Tchad, la troisième source de richesse [16 % du PIB] après le pétrole et le coton. Les produits liés au bétail représentent 30 % des échanges intérieurs et l'économie pastorale touche 40 % de la population active nationale. Les produits laitiers locaux participent en moyenne à 58 % des besoins alimentaires urbains [Ministère de l'Elevage, 2008]. L'approvisionnement de N'Djamena en produits d'élevage est, depuis l'époque coloniale, une filière en pleine expansion dans la mesure où la croissance démographique urbaine est très évolutive [993492 habitants, soit un taux d'accroissement annuel de 4,5 %]. Cette forte croissance démographique rend de facto la ville de N'Djamena de plus en plus dépendante des produits alimentaires importés de près ou de loin dont les produits laitiers [lait frais, caillé, beurre, fromage, etc.] dans la grande proximité que nécessite la conservation [c'est un peu comme les produits maraîchers et le poisson frais].

[103] Le cheptel, estimé par la direction de l'élevage, est de 5,5 millions de bétails.

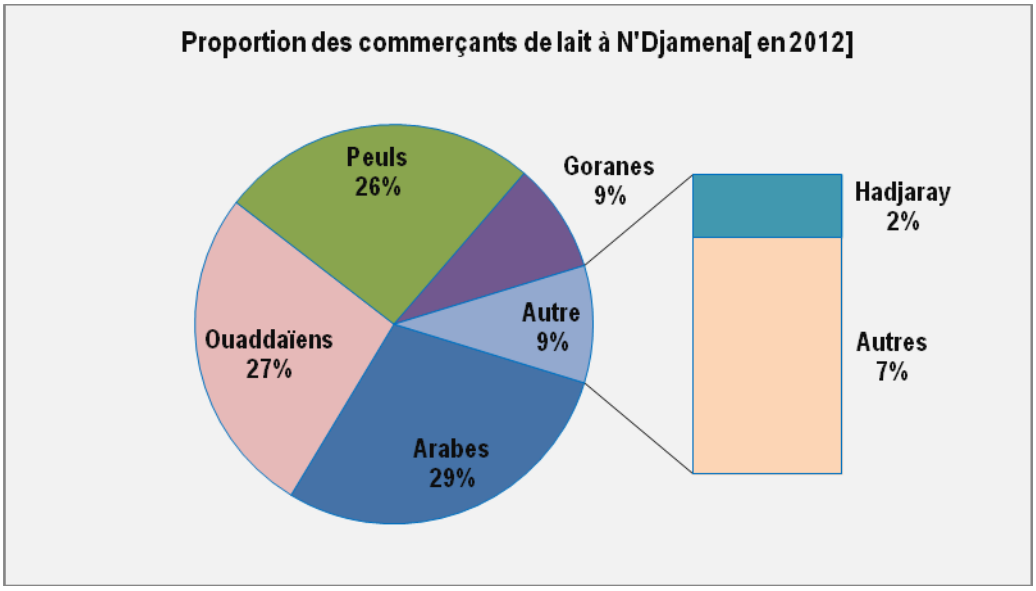
Tableau 27 : appartenance ethnique des commerçants de lait.

Ordre	Groupes ethniques	Proportion [%]
1	Arabes	28,9
2	Ouaddaïens	26,8
3	Peuls	25,9
4	Goranes	8,9
5	Hadjaray	2,0
6	Autres	7,5
	Total	**100,0**

Source : enquêtes, N'Djamena 2012

Parmi les producteurs [y compris les femmes] et les marchands intermédiaires recensés, il y a trois groupes ethniques majoritaires: les Arabes du Chari-Baguirmi [Babalia, Toundjour, Ouled Rachid, Ouled-Kanem], les Arabes du Centre Tchad [Salamates, Missiriés, Hémates] et les Peuls [Foulbé, Mbororo].La grande majorité des producteurs de lait sont des éleveurs et des cultivateurs sédentarisés tels que les Peuls. Certains sont issus des groupes nomades du centre du pays[les Missiriés].

Figure 8 : nombre des vendeurs de lait à N'Djamena[en %].



L'échantillon étudié est donc constitué des sédentaires et des nomades dont la forme de l'habitat - les cases en chaume construites avec les tiges de pénicillaire ou les campements mobiles appelés ferrick – permet de distinguer ou d'établir les données sociologiques et ethnologiques des producteurs de lait par rapport aux autres groupes ethniques.

b) La commercialisation du lait et variabilité des prix

Le lait caillé est l'objet de spéculations diverses : le troc contre des céréales, par exemple. Si la vente du lait caillé est anciennement pratiquée par les femmes des éleveurs uniquement, le commerce de lait frais a connu une expansion récente avec l'intervention de nouveaux groupes sociaux plus organisés et motorisés. Avec le commerce monétarisé, les prix du lait ont dû grimper et varient selon les régions et la situation sociale du l'acheteur. Les prix donnés ici sont ceux en vigueur à N'Djamena et dans les villages périphériques et concernent la vente de lait frais et caillé. Ainsi, le lait caillé est vendu 150 francs CFA le litre et le lait frais 250 francs CFA le litre, en saison sèche. Les prix sont respectivement de 50 francs CFA et de 100 francs CFA moins chers en saison pluvieuse. En outre, ces prix varient encore selon l'éloignement de la capitale[104]. Le prix du lait caillé

[104]. 50 km représentent 100 francs CFA de variation en saison sèche et 50 à 100 FCFA, en saison pluvieuse.

est plus variable car le marché est moins homogène et les unités de mesure diffèrent d'une localité à une autre. Au détail, le lait caillé est acheté au *cob*[105].

c) Circuits et réseaux d'approvisionnement

Des groupes ethniques producteurs de lait et autres intermédiaires autour de Djermaya se sont lancés dans le commerce de lait en utilisant des moyens de transports motorisés [motos, mobylettes] afin de procéder à la collecte du lait pour le vendre sur les marchés de N'Djamena. Très vite ce réseau a pris de l'ampleur grâce aux revenus que le lait génère à ces commerçants. La filière laitière de N'Djamena concerne un ensemble d'acteurs allant de la production à la consommation, en passant par la collecte et la transformation. Cette filière n'est pas suffisamment développée et échappe en grande partie au circuit économique officiel. Cependant, elle génère des revenus importants aux acteurs de la filière, à travers une longue chaîne de distribution. Il existe deux niveaux de circuits marchands de distribution de lait : le niveau rural et le niveau de N'Djamena. Au niveau rural, on trouve les producteurs et les intermédiaires qui collectent à l'échelle villageoise à l'aide des mobylettes. Au niveau de N'Djamena, on distingue trois acteurs, les producteurs, les intermédiaires collecteurs à mobylettes, et les boutiquiers vendeurs ou épiceries et restaurants et enfin, au bout de la chaîne de distribution se situent les consommateurs de la ville de N'Djamena.

Photo11 : collecteur de lait et son neveu à l'entrée de N'Djamena.



Cliché, Somafa, 2011.

[105]Un *cob,* 75 cl environ, vaut 50 francs CFA. L'unité supérieure est le *coro qui* équivaut à 2 litres [mesures prises autour de Toukra en mai 2010].

Les femmes sont présentes à tous les maillons de la filière économique du lait [*laban,* en arabe local] au Tchad en particulier à N'Djamena. Il existe deux circuits marchands qui ravitaillent N'Djamena en lait : les producteurs[les femmes des éleveurs qui occupent une position double : détentrices d'un savoir technique populaire et ancestral de transformation du lait et héritières d'un statut socio-économique] et les commerçantes intermédiaires. Le commerce de lait est très ancien. Il était pratiqué alors par les femmes sous forme de troc. Ce sont les talanes, c'est –à-dire, les femmes des éleveurs arabes et peuls [qui campaient autour de N'Djamena] qui vendaient à N'Djamena et ses environs. Les produits vendus sont: lait frais *hélib*, lait caillé *rouaba* et beurre *zipté*. Elles faisaient du porte à porte dans les rues avec leur calebasse ou gourde porté sur la tête ou au dos. Et pouvait contenir entre 8 et 15 litres selon le volume du contenant.

A l'origine, le commerce de lait était réservé aux femmes des éleveurs. Mais avec la monnaie, il a connu une évolution et une mutation économique à N'Djamena avec l'implication de nouveaux acteurs masculins commerçants, modifiant ainsi les rapports de force dans le secteur, en particulier, les rapports entre les hommes et les femmes, d'une part ; et d'autre part entre divers groupes ethniques. En fait, l'approvisionnement de N'Djamena en lait [quantité estimée entre 16 et 20 bidons de 40 litres] est déterminé par plusieurs facteurs qu'il ne faut pas négliger :

- La concurrence entre producteurs et intermédiaires [plus rapides à l'aide des moyens motorisés et mieux organisés].
- Les variations saisonnières de production de lait.
- La concurrence des entreprises privées et publiques[106]
- Le caractère informel de la distribution de lait.

[106] SOMAFA est une société de fabrication alimentaire à caractère privé spécialisée dans la production de produits laitiers.

Photo12 : Les femmes talanes au marché de Mil.



Une typologie plus sociologique a permis de distinguer les deux réseaux de marchands de lait : les commerçants producteurs et les intermédiaires ruraux dont un tiers a été enquêtés, et les intermédiaires périurbains et citadins dont deux tiers constituent l'échantillon enquêté. La plupart des commerçants rencontrés sont des arabes du Chari-Baguirmi [28,9 %]. Les plus grosses quantités vendues à N'Djamena proviennent des producteurs et intermédiaires grossistes qui revendent aux détaillants. La quantité totale, par vendeur, est estimée en moyenne à 18 bidons de 40 litres collectés dans les ferrick et vendus à N'Djamena par semaine en saison sèche. Avec la cherté des frais de transport, certains producteurs se groupent en famille et envoient, chaque semaine, deux d'entre eux à tour de rôle à N'Djamena. D'autres détaillants se déplacent dans les localités moins distantes et vont vendre à N'Djamena des petites quantités [6 bidons de 40 litres en moyenne].

Du côté des hommes, on observe un développement de l'activité de collecte motorisée de lait frais [les plus récemment arrivés dans ce commerce se contentant d'une bicyclette]. La majorité d'entre eux s'est organisée en groupe au sein de cinq associations. On y rencontre plus d'hommes [jeunes, éleveurs pour la plupart] que de femmes. Ce sont des commerçants trafiquant aux frontières camerounaise et nigériane [la contrebande de sucre ou d'essence, mais licite]. Les hommes enquêtés collectent en moyenne dans quatre à six villages auxquels s'ajoutent quelques campements d'éleveurs nomades en saison sèche. A

N'Djamena, les producteurs et intermédiaires ruraux, disposant souvent de peu de temps, préfèrent rester en ville pour détailler eux-mêmes les produits. Ces derniers, avec la concurrence urbaine, sont amenés quelquefois à brader les prix en revendant aux grossistes citadins leur bidon de 40 litres pour 4500 FCFA au lieu de 5500 FCFA. Victimes du "quasi-monopole" des intermédiaires grossistes urbains qui possèdent des magasins de stockage sur les marchés, les producteurs et intermédiaires ruraux ont plus des difficultés à s'imposer à N'Djamena. Ces commerçants sont d'origine ethnique diverse [à l'exception des producteurs Arabes : 28,9% et Peuls : 25,9%] : Ouaddaïens : 26,8% Goranes : 8,9%, Hadjaray : 2,0% et autres groupes ethniques très isolés : 7,5%. La plupart sont cependant issus des groupes ethniques du nord du Tchad dont le commerce et l'élevage sont les principales sources monétaires.

A l'exception du commerce traditionnel du lait pratiqué anciennement par les femmes des éleveurs, l'on ne saurait terminer cette partie en occultant un fait relatif au commerce de lait : les différentes générations des commerçants [des hommes avec l'intervention de la monnaie] de lait à N'Djamena. Pour ainsi dire, trois générations sont à distinguer:

→ la première est arrivée après la sécheresse de 1973 qui a décimé les troupeaux;

→ la seconde arrive après la sécheresse de 1983-1984. Les deux premières générations sont composées des hommes producteurs et/ou de leurs fils [groupes Arabes et Peuls] ;

→ La dernière génération, très équipée et motorisée, est arrivée après la prise du pouvoir par l'actuel président Idriss Deby en 1990. Plus nombreux, ce sont des collecteurs intermédiaires. On y rencontre plusieurs groupes ethniques non producteurs de lait [Ouaddaïens, Hadjaray, autres groupes tchadiens].

En totalisant les coûts de transport et la location de magasins de stockage, nous avons calculé une marge bénéficiaire individuelle moyenne de 14650 francs CFA par semaine, soit 2000 francs CFA par jour. Le gain moyen calculé pour chaque collecteur, en incluant les frais de carburant [mais non l'entretien de la mobylette], s'élèverait à 7500 francs CFA par jour en saison sèche et approcherait le double en saison des pluies. Ainsi, les revenus moyens provenant du lait frais, *hélib,* sont plus intéressants [variant entre 1300 FCFA par jour en saison sèche et 1570 FCFA en saison des pluies] que ceux générés par la vente du lait caillé, *rouaba* [entre 750 FCFA en saison sèche et 990 FCFA en saison des pluies].

L'engagement des hommes dans la filière du lait frais a fait perdre une part de marché importante au lait caillé. S'ajoute le fait que les femmes productrices soient restées au

stade traditionnel et donc peu organisées, et elles sont de plus victimes d'une rude concurrence des hommes dans le marché de lait. Ces contraintes sociologiques ont relégué les femmes productrices dans la sphère familiale de ce commerce[le tronc de lait], les hommes mieux organisés et équipés prospérant dans les circuits marchands de l'économie du lait. Ces contraintes se conjuguent avec la faible autonomie financière de ces femmes. Aussi, depuis la fermeture de la SONAPA [107] assurant le monopole industriel de transformation, des nouveaux réseaux sont apparus dans le circuit comme la SOMAFA et les épiceries qui vendent les divers produits laitiers.

Photo13 : usine de transformation de lait, SOMAFA.



Cliché/SOMAFA

Pour résumer cette partie, notons que le secteur laitier est en plein essor au Tchad et très particulièrement à N'Djamena. Car, environ 65 % des produits laitiers sont consommés dans les grandes villes : lait frais, lait fermenté, beurre fermier liquide et solide. Que ce soient les organisations familiales ou d'autres circuits le commerce et de transformation des produits laitiers ont engendré des mutations socio-économiques faisant de la filière laitière un secteur dynamique. Son caractère familial et informel a permis tout de même son adaptation aux

[107] Société nationale de la production animale qui fut créée dans les années 1980. Sa fermeture a plutôt été causée par des problèmes d'ordre structurel, notamment la mauvaise gestion propre aux sociétés d'Etat.

situations politiques et de répondre à la demande urbaine de plus en plus croissante. De nos jours, on assiste à l'apparition de nouveaux circuits et réseaux :les fromageries artisanales, les collecteurs motorisés, les mini-laiteries modernes.

Malheureusement, cette filière est encore mal organisée, ce qui rend difficile la mise en œuvre de projets ou de politiques adaptées à leurs spécificités. D'où la nécésssité d'améliorer la qualité du lait collecté et conservé sous forme de rayeb. Dans ce domaine, le rôle des politiques publiques peut être utile à savoir la formation des producteurs et des collecteurs à l'hygiène de la traite et du transport, formation des boutiquiers. Il pourrait être intéressant de valoriser certaines procédures de contrôle ou de soutien à la qualité par une marque particulière sur le produit (Koussou, 1998).

Comme de nombreux autres pays en voie de développement, le secteur informel est très développé au Tchad. Les situations de troubles politiques, sociaux et le taux élévé de chomage sont les principales facteurs de cette expansion. « S'il n'y avait pas eu ce secteur, le Tchad aurait connu énormément de problèmes, car il a été longtemps en guerre », avait déclaré en 2011, Koulamallah Souradj, le Président de la Chambre de Commerce lors d'un entretien avec les journalistes de Cefod. C'est grâce la dynamique de ce secteur que se font approvisionner les différents marchés urbains, tels ceux n'djamenois. Il est vrai que le secteur informel en soi-même ne répond pas aux normes de l'entrepreneuriat.

Le secteur informel, draine des centaines de milliards chaque année. Prenons par exemple le cas des «docteurs choukous» (vendeurs non autorisés de produits pharmaceutiques). Ils approvisionnent plus de 90% de notre territoire en produits pharmaceutiques. Dans le secteur pétrolier, jusqu'à récemment, c'était en grande partie le secteur informel qui approvisionnait en produits pétroliers. C'est donc un secteur qui, non seulement génère des chiffres extrêmement importants, mais contribue pour beaucoup à l'économie nationale. Sur le plan macroéconomique,ce secteur présente des avantages non négligéable : le secteur informel emploie beaucoup de gens qui, parfois, payent la douane même si ce n'est pas la totalité de ce qu'ils doivent. Parfois, certains payent la fiscalité, c'est-à-dire l'IGL (Impôt Général Libératoire). Aujourd'hui, entre 20 % à 30 % des acteurs du secteur informel contribuent à renflouer les caisses de l'Etat. Les 80 % continuent à être hors circuit. Il faut parvenir à ce que ceux-ci intègrent le circuit formel et faire en sorte que l'Etat puisse gagner, tout en apportant son appui au développement et à l'organisation de ce secteur.

Le secteur informel a un côté social extrêmement important puisqu'il contribue à l'emploi. Il fait vivre également beaucoup de personnes. Ce n'est pas un secteur négligeable.

Toutefois, les opérateurs du secteur informel sont un peu les relais des entreprises légales. Ils connaissent très bien les circuits de distribution que ne connaissent pas ces entreprises parce que celles-ci n'ont pas le temps. Les opérateurs informels se contentent de petites marges de bénéfice. Ce qui fait qu'ils vendent beaucoup plus en pratiquant des prix bas. Les opérateurs informels deviennent des concurrents pour des entreprises légales pour certains produits lorsqu'ils se mettent dans l'importation. Ils importent moins cher; ils ne payent pas de taxes; c'est donc une concurrence déloyale. Il est un peu hors-la-loi car il ne paye ni taxe, ni patente. Il concurrence le secteur formel; mais il offre de l'emploi à beaucoup de personnes et résout beaucoup de problèmes sociaux. En termes de connaissance de l'environnement, les acteurs du secteur informel vont là où les entreprises ne peuvent pas aller. C'est une force qu'il faut réorganiser vu les bénéfices qu'il procure au plan macroécoomique.

Chapitre 6. Les cas typiques du commerce ethnique formel

Le commerce ethnique ne touche pas seulement le secteur informel comme précédemment évoqué, mais il touche aussi le secteur formel du commerce au Tchad. Les enquêtes menées depuis 2009 à N'Djamena ont permis de mettre en évidence un certain nombre d'entreprises commerciales qui sont gérées par des groupes ethniques [où l'emprise, l'appartenance ethnique est un fait connu] qui en font leur spécialité. Ces branches commerciales spécialisées par certains groupes ethniques [structurées] sont nombreuses et présentent des caractéristiques différentes. Au nombre de ces commerces, nous en sélectionnons trois et nous en faisons l'étude de cas: bars, épiceries, quincailleries. Si les deux dernières branches sont gérées par les groupes ethniques du nord du Tchad [Kréda et Ouaddaïens], par contre la première reste un domaine réservé essentiellement aux groupes ethniques du sud du pays [Sara et Banana].

Dans cette partie, l'étude de ces branches commerciales spécialisées par groupes ethniques permet de saisir les aspects singuliers de ces types de commerce dans l'environnement économique et géopolitique présenté en rappel au début de ce mémoire. Pour comprendre comment on en est arrivé là, il faut caractériser chaque groupe et remonter au niveau régional afin de dégager les activités du terroir et les étudier branche par branche. Faut-il encore le préciser, c'est une étude de cas qui nécessite de privilégier la démarche diachronique et synthétique. Car une telle approche s'avère très utile pour appréhender ces branches commerciales tant par leurs côtés singuliers, évolutifs que leur totalité.

6.1. Les Kréda et le commerce de quincailleries

Le commerce de quincailleries est l'une des branches commerciales du secteur formel dont la gestion est assurée essentiellement par une ethnie : les Kréda, qui sont un sous-groupe des Goranes [Teda et Daza]. Selon les données de nos enquêtes réalisées à N'Djamena, les Kréda restent majoritaires dans le secteur de quincailleries avec une emprise ethnique voire un monopole. Car, sur un total de 526 quincailleries recensées à N'Djamena, 80% sont gérées par les Kréda. Ce qui conduit à dire qu'au centre de cette branche commerciale à N'Djamena, se trouve une ethnie, les Kréda qui sont devenus au fil du temps très puissants. Ces quincailliers Kréda, qui sont-ils ? Pourquoi et comment dominent-ils cette branche? Quand et comment, sont- ils arrivés dans le commerce de

quincailleries ? Autant de questions qu'il faut élucider. Aborder la question du commerce de quincailleries Kréda à N'Djamena, c'est d'abord remonter à l'histoire de ce peuple. Cette histoire est retracée, tant au niveau régional qu'au niveau national et en particulier leur arrivée à N'Djamena. C'est ensuite rendre compte des circuits marchands [officiels et/ou mafieux] et en dégager les réseaux marchands et familiaux existants.

a) Le groupe des Goranes

Les termes Goranes et Toubou, deux termes hétéronymes, sont d'usage au Tchad et servent à désigner les mêmes populations du Sahara oriental tchadien [ensemble du Borkou, Ennedi, Tibesti, Batha, Kanem, Biltine, etc.]: Teda, Daza, Kréda, Azza, Kamadja et les Beri [Bidéyat, Borogat et Zaghawa]. Elles pratiquent le pastoralisme nomadisant et sédentarisant. Ces deux termes soulèvent quelquefois des nuances d'appellation:

- Le terme Gorane est une appellation arabe qui peut désigner uniquement les populations au sud du Tibesti dans le Borkou: Daza, Kréda, Zaghawa, Kamadja, etc. Ils étaient en 2009 au nombre de 331000 personnes au Tchad et leur dialecte est le dazaga, une variante de tedaga.
- Le terme Toubou en langue Kanembou et adopté par la colonisation française, désigne parfois le seul groupe des populations au nord du Tibesti : les Teda qui forment une communauté de 28500 habitants et qui parlent un dialecte, le tedaga qui est dérivé du Dazaga.

Du type saharien, les Goranes dont certains sont mélangés avec les arabes du Borkou [les Ouled Sileman] pratiquent un islam traditionaliste, mêlé à la coutume Teda. Car, jusqu'à une époque encore récente, les Goranes continuaient à vénérer les saints dont le culte de *Borkodi*. L'étude de cas porte sur les Kréda, sous groupe des Daza. Alors qui sont-ils, les Kréda?

Les Kréda font partie du grand ensemble humain des Goranes. Ils quittent vers le XVIIème siècle le Tibesti pour s'installer à Kri [d'où vient le mot Kréda] dans le Borkou. Puis, ils continuent vers le Bhar El Ghazel.

Les Daza du Batha, du BET, du Wadi Fira et du nord Kanem appellent Kréda, leurs cousins arrivés au Bahr El gazal. En effet, les Kréda sont les Goranes ou Daza, installés autour du Sillon du Sourou [appelé fleuve de gazelles, par les arabes]. Les Kréda[108], d'origine nomade, ont commencé à se sédentariser dans les alentours de Moussoro depuis

[108] LE ROUVREUR estimé les Kréda à 50 000 populations en 1989.

le début de la colonisation française au Tchad, au 20e siècle. La ville de Moussoro [avec une population 16 349 habitants RGPH2, 2009] est une ville du Tchad située au centre ouest du pays à 13,6° de latitude Nord et de 16,5° de longitude Est. Chef lieu du Barh-El-Ghazel et ville principale de l'ethnie des Kréda et autres cousins Daza [sous groupes de la famille des Goranes], Moussoro se trouve à près de 300 Km au Nord-est de la capitale N'Djamena. Peuple hospitalier et très courageux, ce groupe ethnique parle un dialecte, le *Karraga*, une variante du Dazaga mais qui ne se différencie que par quelques accents ! *Les Kréda* sont quelquefois appelés Karra en langue dazaga en se rapportant à leur dialecte. Les Kréda, avec d'autres groupes Daza, forment les principales ethnies de la région de Bahr el-Ghazal au Tchad.

Les Kréda, comme tous les sahariens, pratiquent l'élevage de moutons chèvres, zébus, chameaux, et chevaux. Nomades, ils pratiquent la transhumance où ils peuvent atteindre le Chari-Baguirmi. Les sécheresses des années de 1970 vont contraindre les Kréda à diversifier leur économie[109] : l'agriculture et le commerce dans les grands centres urbains, notamment N'Djamena, Moussoro, Mao, etc

Les commerçants Kréda arrivent à N'Djamena, à la suite des années de sécheresse des années 1970 où ils se contentent de vendre les produits du bétail : lait, viande, beurre, etc. Mais très vite, en appuyant des réseaux familiaux avec leurs cousins Daza et Anakaza, ils se développent comme bouchers à N'Djamena. Puis, les Kréda, à l'instar de leurs cousins Daza et Anakaza ont prospéré dans le commerce avec l'arrivée au pouvoir de Hissène Habré, un Gorane Anakaza, qui leur offrit plusieurs avantages dans les affaires. Mais, moins favorisés que les Daza et les Anakaza, les Kréda n'avaient pas le monopole du commerce de quincailleries, ils se contentaient de vendre leurs collections de produits de construction [appelés en arabe dialectal *Abba Gazasse*, qui signifie collecteurs des matériaux usagés]. Leur soutien à Idriss Deby conduit ce dernier au pouvoir dans les années 1990, ayant chassé Hissène Habré, un Anakaza et ses proches Daza. Cette nouvelle donne politique offre aux Kréda beaucoup d'opportunités sociales et économiques. Le commerce, en particulier celui des quincailleries désormais abandonnées par les Daza et Anakaza déçus et fuyards, est l'une des activités économiques prisées par les Kréda. Très vite, ils vont profiter des positions privilégiées dans l'administration publique de leurs frères pour accéder aux fonds publics. Des recettes publiques sont

[109]. TCHAD ET CULTURE, n° 103, 06/1977, p.5.

détournées[110] et octroyées comme crédits sans intérêt à certains commerçants Kréda, proches du pouvoir. Rapidement ils s'implantent dans toute la ville.

b) Les caractéristiques des quincailleries

Avant toute chose, il est important de déterminer ce qu'est une quincaillerie. Une quincaillerie est en effet un commerce de détail, destiné au professionnel ou au particulier. Le marchand de ce commerce est le quincaillier qui y vend principalement des outils, des produits de construction [la maçonnerie, la plomberie, la menuiserie...], de bricolage et des objets de décoration. C'est une sorte de "caverne d'Ali Baba" pour les bricoleurs et les professionnels.

Dans le contexte du Tchad, une quincaillerie peut prendre plusieurs formes : dépôt, magasin, point de vente spécialisée. En général, les quincailleries présentent les mêmes caractéristiques et les mêmes modes opératoires. Leur répartition dans la ville de N'Djamena répond à deux logiques géographiques. A l'origine les quincailleries étaient situées sur les marchés quand le marché était le seul centre de commerce. Mais, aujourd'hui, avec la décentralisation du marché dans les quartiers, l'extension de la ville, la nouvelle génération des quincailliers va à la rencontre du client au plus près de chez lui [proximité de la clientèle], les quincailleries s'implantent partout dans les quartiers voire dans les zones périphériques.

[110]. Au message de Noël 2007 de la Conférence Episcopale du Tchad, les évêques tchadiens déclaraient : « la corruption est érigée en système à tous les niveaux de la société, notamment dans les instances publiques : les services de la douane, de la gendarmerie et des forces armées, ainsi que les circuits commerciaux tendent à être monopolisés par des groupes sociaux qui agissent en fonction de leurs intérêts personnels au détriment du bien du pays », extrait.

Photo14 : quincaillerie au quartier Moursal



Le commerce de quincailleries est, de nos jours, très florissant dans un pays en pleine dynamique immobilière, le contexte politique et économique aidant [la relative paix et l'exploitation des ressources naturelles]. A l'origine, les quincailleries appartenaient aux étrangers Libanais et Syriens, puis les populations tchadiennes telles que les Peuls et les Arabes s'y intéressent et créent leurs propres magasins. Oumar, jeune et dynamique, est devenu directeur de la quincaillerie de La Mosquée, créée par son père à N'Djamena en 1965. Le père, peul de Dourbali [Chari-Baguirmi] ne parle que le fulfuldé et l'arabe local. Il approvisionne son magasin en marchandises importées du Nigeria et du Cameroun. Par contre, le fils, après ses études au Caire, a suivi une formation en informatique et une formation en gestion en France, lesquelles formations lui sont utiles aujourd'hui pour la gestion moderne du magasin, entièrement familial.

Tableau 28: appartenance ethnique des quincailliers.

Ethnies	Proportion
Kréda	**80%**
Autres Daza	**11%**
Teda	**2,3%**
Ensemble Goranes	**93,3 %**
Kanembou	**1,9%**
Arabes	**1,5%**
Peuls	**0,7%**
Autres nordistes	**1,8 %**
Sudistes	**0,7%**
Etrangers	**0,1 %**
Total N'Djamena	**100%**

Source : Directions PME, N'Djamena, 2011.

Tableau 29: nombre de quincailleries par arrondissement.

Arrondissements	Habitants	Poids relatif [%]	Quincailleries
1er arrondissement	77817	7,8	40
2 eme arrondissement	67983	6,8	44
3 eme arrondissement	41305	4,1	39
4 eme arrondissement	75096	7,5	71
5 eme arrondissement	103019	10,3	36
6 eme arrondissement	47420	4,7	17
7 eme arrondissement	230905	23,2	109
8 eme arrondissement	189916	19,1	64
9 eme arrondissement	78241	7,8	76
10 eme arrondissement	81790	8,2	30
Total N'Djamena	**993 492**	**100**	**526**

Source : enquêtes, N'Djamena, 2011.

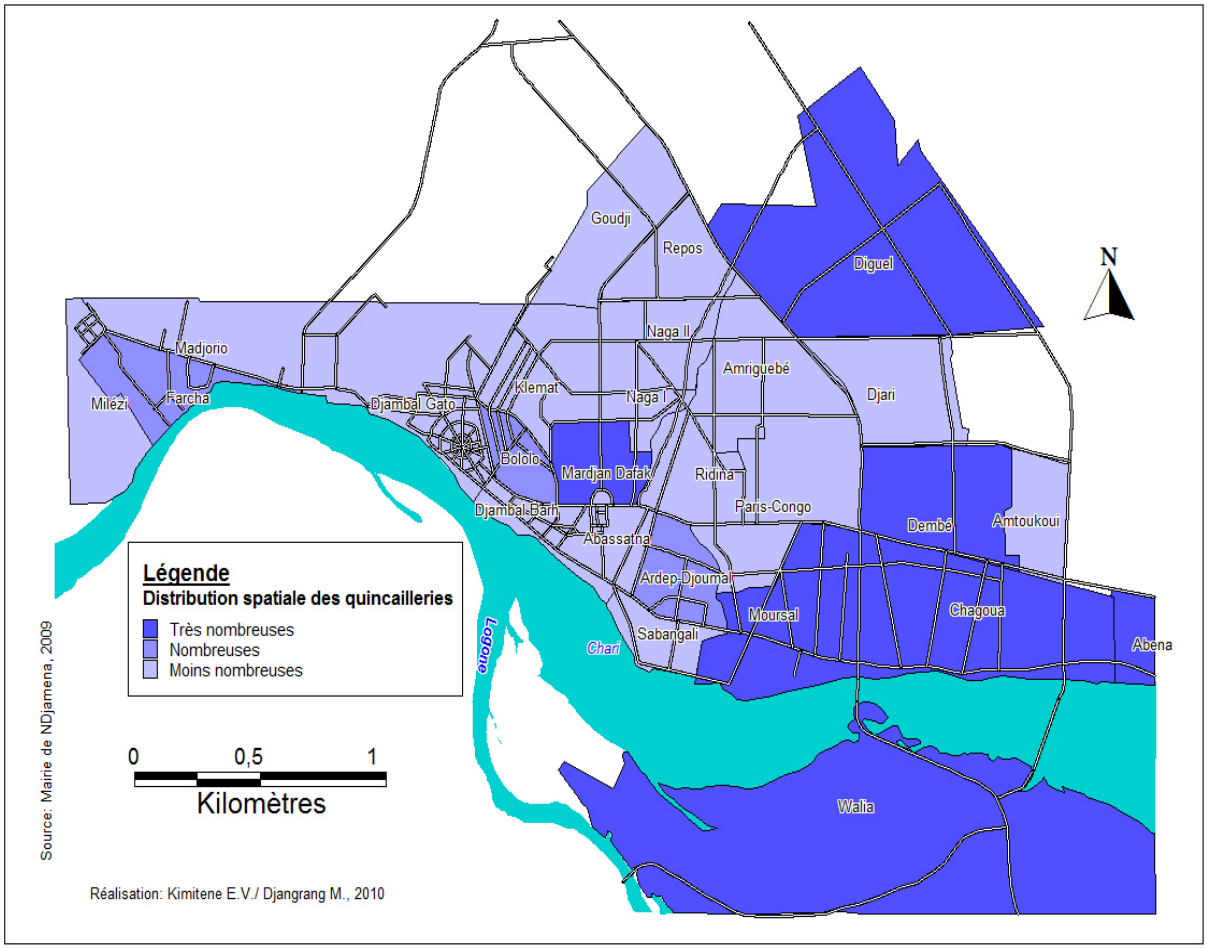
Tableau 30: nombre de quincailleries par quartier.

Arrondissements	Quartiers	Quincailleries
1er arrondissement	Farcha	**16**
	Milézi	**01**
	Madjorio	**23**
2 eme arrondissement	Djambal Ngato	**02**
	Mardjandaffack	**14**
	Bololo	**06**
	Goudji	**10**
	Klémat	**12**
3 eme arrondissement	Gardolé	**05**
	Ambassatna	**03**
	Ardep Djoumal	**06**
	Sabangali	**01**
	Kabalaye	**11**
	Djambalbarh	**13**
4 eme arrondissement	Repos	**31**
	Naga I	**06**
	Naga II	**26**
	Blabline	**08**
5 eme arrondissement	Ridina	**12**
	Am-Riguebé	**18**
	Champ de Fils	**06**
6 eme arrondissement	Moursal	**08**
	Paris-Congo	**09**
7 eme arrondissement	Chagoua	**31**
	Dembé	**30**
	Atrone	**11**
	Amtoukoui	**10**
	Abena	**16**
	Gassi	**11**
8 eme arrondissement	Diguel	**08**
	Ndjari	**56**

9 eme arrondissement	Walia Ngoumna Digangali Ngueli Toukra	**44** **01** **13** **11** **02**
10 eme arrondissement	Goudji Gozator Lamadji	**15** **13** **02**
Total N'Djamena	**64 quartiers**	**526**

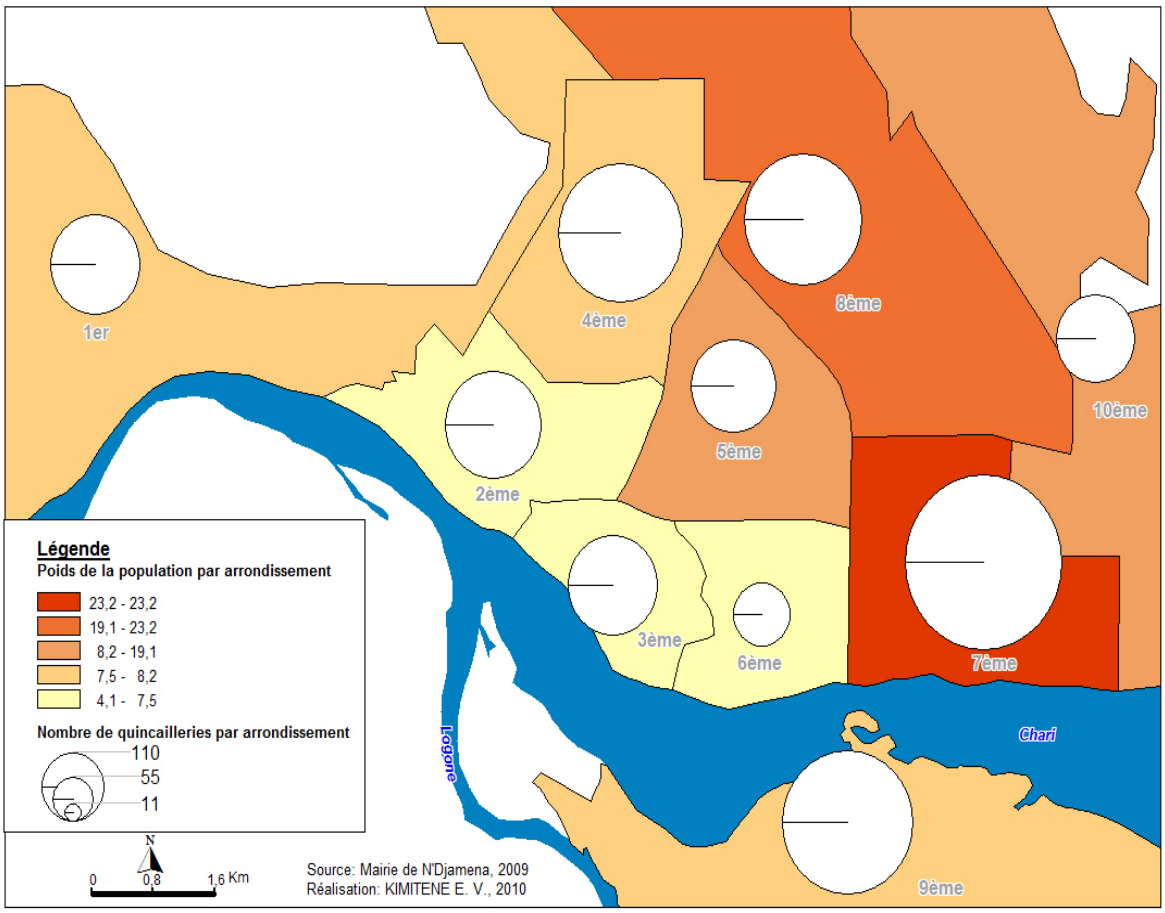
Source : enquêtes de terrain, N'Djamena, 2011

Carte 15 : implantations des quincailleries dans les quartiers.



Ici, les modalités d'implantation des quincailleries suivent le même mode opératoire que les épiceries, prenant en compte les paramètres géographiques, démographiques et économiques. Dans cette implantation, on va cibler les quartiers nouvellement créés qui sont en cours de construction. Ici, on choisit de se rapprocher des populations éloignées des marchés. Cette explication qui se base la distance tient au risque d'intégrer le coût de transport. D'autant plus que l'éloignement entre les secteurs constructibles et les quincailleries, traditionnellement implantées au sein des marchés [Central, Mil, Dembé…] peut être important. C'est ce que nous observons avec les arrondissements de 7eme arrondissement [109 quincailleries] et le 9eme arrondissement [76 quincailleries] qui occupent les premiers rangs. Dans l'ordre, on peut classer les autres arrondissements comme suit : le 4eme arrondissement [71 quincailleries], le 8eme arrondissement avec 64 quincailleries, 2eme arrondissement [44 quincailleries], le 1er arrondissement [40 quincailleries], 3eme arrondissement [39 quincailleries], le 5eme arrondissement [36 quincailleries], le 10eme arrondissement avec 30 quincailleries arrive avant le 5eme arrondissement qui tient la dernière figuration.

Carte 16 : Le nombre de quincailleries et le poids de la population [%].



Avant les années 1980, les quelques rares quincailleries étaient uniquement implantés dans le marché central [Grand marché, à l'époque]. Pour acheter les matériaux de construction, c'est au Grand marché qu'il fallait aller les chercher quelle que soit la distance. A partir de 1982, avec l'urbanisation des quartiers comme Chagoua et Dembé, surtout avec l'expansion du marché de Dembé, les premiers quincailliers Kréda s'implantent dans le marché de Dembé avec trois quincailleries tout au plus [désignées Tandjilé, Mayo-Kebbi, Des Logones, en référence aux départements du sud du pays]. Aujourd'hui, elles prolifèrent partout sauf dans les secteurs administratifs et stratégiques de Djambal Gato autour de l'aéroport jusqu'à Shell de Farcha et dans les parties ouest de Klémat, Djambal Barh, Bololo [qui constituent la charnière centrale des domaines résidentiels].

Au début des années 1980, le nombre de quincailleries était d'une vingtaine. Mais avec l'accroissement de la demande liée à la croissance de la population et à l'extension de la ville, le nombre de quincailleries a augmenté de façon exponentielle. En 2000, leur

nombre passe à 234 quincailleries. On compte aujourd'hui, 526 quincailleries selon nos enquêtes de terrain [les données officielles sont en deçà]. Elles sont inégalement réparties à N'Djamena [cf. les tableaux n°12 et cartes n° 15] et le nombre augmente selon les générations.

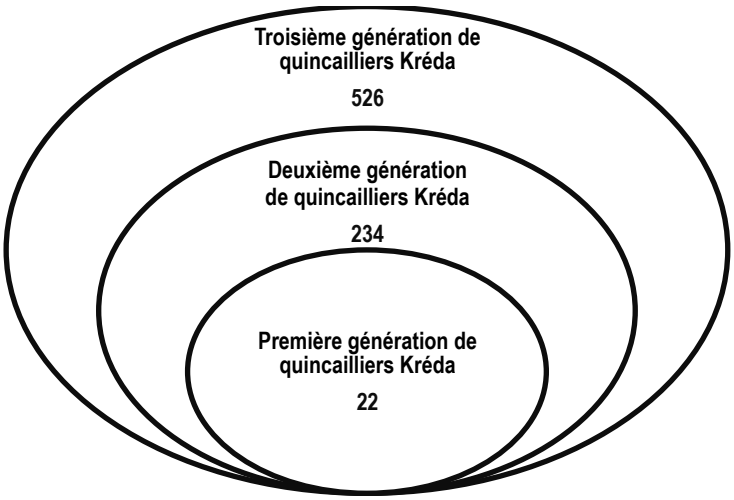
c) *Dynamique et habileté entrepreneuriale des commerçants Kréda*

Depuis les années 1960, date d'indépendance du Tchad, trois générations de quincailliers Kréda se sont succédé:

- La première génération des quincailliers Kréda est constituée des migrants qui arrivent à N'Djamena à la suite des années de sécheresse de 1970 à 1974. Ce sont les promoteurs des premières quincailleries Goranes. Car, à ce moment –là, les Kréda n'étaient pas connus comme une ethnie à part entière. Ils étaient donc confondus aux groupes Goranes. En 1978, quand Hissène Habré rentre à N'Djamena après un accord politique avec les sudistes [président Malloum], de nombreux Goranes de tous bords rejoignent dans la capitale. Entre 1960 jusqu'au début des années 1980 on vit des groupes du nord arriver au pouvoir : les petits commerçants Kréda ainsi que d'autres groupes du nord qui étaient jadis marginalisés dans beaucoup de secteurs publics.

- La deuxième génération est composée des nouveaux arrivés, en majorité des éleveurs et combattants reconvertis au commerce. Ce sont eux qui ont impulsé le commerce de quincailleries. L'aide publique est détournée et octroyée aux combattants qui veulent investir dans le secteur du commerce. C'est la politique de Hissène Habré de partager le butin de guerre et se débarrasser de ses frères de guerre en majorité illettrés qui servirent dans l'administration. Cette deuxième génération de quincailleries est comprise entre les années 1980 – 2000. Les moyens de l'Etat sont utilisés, sans que les coupables soient poursuivis, pour ouvrir une boutique, une quincaillerie. Si la période de 1980 à 1990 n'a pas connu un développement des quincailleries, cela tient aux faibles demandes dues au climat de suspicion entretenu par le régime et son caractère très policier [sa milice SSP et sa DDS].

Figure 9 : générations de quincailleries Kréda



Source : enquête de terrain, 2012

Mais, c'est surtout avec l'arrivée en 1990 d'Idriss Deby que les commerçants Kréda connurent un développement rapide, ainsi le nombre de quincailleries se multiplie par trois et le boom immobilier, dans le contexte de l'exploitation du pétrole, a donné un coup d'accélérateur. Cette nouvelle génération de quincaillers Kréda [2000- à nos jours] est constituée des jeunes scolarisés. Il y a deux catégories : les fils [ou frères] héritiers qui succèdent à leurs pères ; des jeunes venus des villages ou jeunes diplômés au chômage.

En tenant les quincailleries dans le pays, les Kréda ont fait fortune en deux décennies. On estime leur chiffre d'affaire à plus de 10 milliards de francs CFA. Peuples de pasteurs, ils sont d'abord connus des tchadiens comme bouchers, puis comme petits collecteurs des matériaux usés *Abagazasse* ou *Gazasse Kokon.* Aujourd'hui, ils ont su façonner et s'approprier ce marché à travers un vaste réseau commercial national. Certains d'entre eux ont même développé des réseaux à l'extérieur afin de maintenir leur position dominante sur le marché de N'Djamena, dans les provinces du pays et sous-régional, notamment en Centrafrique.

Photo 15 : le jeune quincaillier devant son magasin à Moursal.



Les trajectoires des Kréda illustrent leur mutation économique et sociale : du statut d'éleveur, bergers et fils de bergers, à celui d'acteurs économiques qui agissent pour leur propre compte. Cette transition sociale s'effectue à travers une réappropriation des espaces et réseaux commerciaux. Si leurs habitudes se sont métamorphosées au cours de ces trente dernières années grâce à leur « habileté stratégique » [Balandier, 1967] leur vision identitaire reste intacte et s'est manifestée aux différents changements politiques et économiques. Cette habileté stratégique renouvelée constitue un pilier de leur savoir-faire qui s'est façonné depuis les années 1990. Leur flexibilité d'adaptation aux différents acteurs [pouvoirs publics, secteur privé, acteurs étrangers] a renforcé leurs réseaux et pratiques à travers plusieurs « branchements » [Amselle, 2001] tant au niveau régional que national.

Les quincailleries Kréda ont connu, depuis plus de 40 ans, une évolution remarquable au plan national, mais si l'on compte aujourd'hui 526 quincailleries réparties dans la ville de N'Djamena, qui emploient au moins 1578 personnes et débordent de dynamisme, une quincaillerie reste une entreprise à taille humaine, qui jouit d'une réelle proximité avec ses clients et défend des valeurs telles que la convivialité, l'esprit d'équipe, l'accueil et le respect de chacun.

C'est dans une ambiance chaleureuse que les professionnels et les particuliers peuvent aujourd'hui acquérir, chez les quincaillers, des produits qui couvrent toutes les gammes du secteur du bricolage et de la construction, sans oublier la menuiserie et la décoration. On assiste au développement vertigineux de ces entreprises, qui n'appartenaient encore en 1960 qu'à un secteur très restreint du commerce intérieur au Tchad. Citons le cas de la famille Rozi dans ce secteur. L'enquête par biographie[111] des commerçants a pu révéler une famille de quincaillers Kréda dont le parcours résume cette habileté entrepreneuriale.

En 1965, le père Rozi, un Gorane de Faya, âgé de 25 ans, décide de créer une petite quincaillerie située au marché central. En dix ans, il double le chiffre d'affaires de l'entreprise. Très vite, pour répondre à la demande grandissante des professionnels, il ouvre successivement un point de vente à Dembé en 1991 et un autre au marché du mil en 1993. Cette même année, son neveu, Oumar, rejoint l'entreprise, à la grande joie de son oncle qui souhaite développer une entreprise familiale. Dès 1995, la famille décide d'explorer d'autres localisations plus porteuses en termes de revenu et de demande, ceci étant dû à l'accroissement de la population. La famille Rozi mène donc des prospections dans les quartiers est et sud de N'Djamena. Comme la nécessité se fait sentir d'offrir à la clientèle des magasins de grande taille, le magasin de Marché central et de Dembé s'agrandissent. En 2000, après la mort du vieux père Rozi, les activités commerciales sont ralenties et c'est son fils Adam qui lui succède et reprend définitivement les rênes de l'entreprise. Dix ans après la reprise de la société par Adam, le chiffre d'affaires de la société est multiplié par quatre et l'affaire n'a cessé de se développer. En janvier 2002, Adam rachète une autre quincaillerie à Blabline et en mai 2003, la famille ouvre avec succès un nouveau magasin à Chagoua. En 2006, la famille lance son projet immobilier pour la construction de son nouveau point de dépôt-vente qu'elle inaugure en 2008. Enfin, en 2010, elle ouvre à Abena une quincaillerie de 300m². Avec ses sept points de vente, la preuve est donc faite qu'une entreprise commerciale spécialisée à taille humaine [27 employés] peut concurrencer les grands secteurs du commerce.

La famille Rozi a certes toujours veillé à conserver la postérité familiale de l'entreprise et surtout l'esprit du père Rozi. Mais malgré une volonté de continuité dans la vision de

[111] Six biographies ont été réalisées en 2011 à N'Djamena sur les quincailliers dont quatre Kréda, un Daza et un sudiste Sara.

l'entreprise, le fils Saleh a transformé cette entreprise familiale en une entreprise à capitaux privés. Il a toutefois su très adroitement préserver les avantages d'une PME familiale et en supprimer les inconvénients. "Une entreprise familiale est parfois difficile à gérer, notamment au niveau de l'organisation et de la hiérarchisation : on essaye souvent de ménager les susceptibilités, ce qui peut conduire à des décisions qui ne sont pas économiques et peuvent aller à l'encontre du bon développement de la société," déclare Adam.

Aujourd'hui, le succès de cette famille Kréda dans le commerce des quincailleries est entre autres le résultat du maintien d'une vision à long terme. "On a toujours préféré une croissance saine et permanente à une croissance rapide et risquée", précise Adam. Et le résultat est à la hauteur des espérances puisque depuis le début des années 2000, la croissance annuelle moyenne de l'entreprise est de 25% et la crise financière des années 1980 avec l'ajustement structurel et la dévaluation du franc CFA en 1994 n'y a pas été ressentie. Cela est certes dû au fait que la quincaillerie n'est pas un secteur à forte croissance mais cependant un secteur stable. 60% du chiffre d'affaires de la société est réalisé avec des entreprises privées et des institutions étatiques [écoles, administrations, collectivités, etc.]. Mais si la crise a épargné les quincailleries, c'est aussi grâce aux différents réseaux qui caractérisent les quincailleries et qui ont fait toute la différence : "durant cette période de crise, nous avons mis un point d'honneur à respecter toutes les règles de notre entreprise, qu'elles soient financières ou humaines. Ainsi, nous avons veillé à toujours préserver notre clientèle en leur offrant un prix flexible, ainsi qu'à nous focaliser avant tout sur le facteur humain ; cela s'est traduit par une volonté de conserver l'esprit d'équipe au sein de l'entreprise afin de servir au mieux le client en lui offrant un accueil chaleureux et un service de qualité".

Les enseignes des quincailleries offrent effectivement aux entreprises et aux consommateurs les meilleurs prix et un service de qualité grâce, d'une part, aux bons de commandes de l'Etat [un grand client] et, d'autre part, à la gestion drastique et au contrôle permanent des frais de fonctionnement pour consacrer le maximum de moyens au service de la clientèle." Quand nous arrivons sur un nouveau site, nous avons toujours la volonté d'offrir aux clients le meilleur produit et le meilleur service", poursuit Adam. Par meilleur service, le chef d'entreprise entend ici la meilleure offre : "nous optons pour une stratégie de différenciation qui consiste à offrir des produits de qualité, un large choix, mais aussi des prix compétitifs et un maximum de services". Une grande importance est également

accordée à la visibilité des quincailleries. L'accent est également mis sur la convivialité et l'accueil des clients. "On part d'une vision, on définit une stratégie, on s'en tient à sa ligne de conduite et c'est dans la durée qu'on réussit, » souligne Adam. Dans un secteur tel que la quincaillerie, il est en effet très important d'agir dans la durée : « Chez nous, un bon client professionnel vient toutes les deux semaines et un bon client particulier tous les deux mois. Beaucoup d'entreprises savent attirer des clients mais peu savent les garder. Il faut donc toujours avoir une vision à long terme".

La grande force des quincailleries Kréda est d'offrir un service de qualité, de la proximité mais surtout de mettre le facteur humain au centre de ses activités. "Nous partons du principe que chaque individu a une valeur et la même valeur. Durant mes études de gestion, j'ai appris qu'une entreprise a besoin de deux types de ressources : les ressources humaines et les ressources financières. Mais au fil du temps, j'en suis arrivé à la conclusion que les ressources humaines constituent l'unique facteur clé. Quand on dispose d'une bonne équipe très soudée et qu'on développe une bonne politique commerciale, des réseaux solides, les finances suivent toujours". C'est sans aucun doute cette approche à la fois humaine, authentique et dynamique qui fait des quincailleries, un secteur florissant économiquement et socialement. Convaincu qu'une entreprise qui stagne recule, Adam, a toujours la volonté d'évoluer : "nous sommes ouverts à toutes opportunités", déclare-t-il. Et, quand on lui demande quels sont ses souhaits pour l'avenir, il répond avec enthousiasme : " Inch'allah, les choses continuent à me sourire comme elles l'ont toujours fait. Je voudrais juste pouvoir libérer un peu plus de temps pour ma famille". Et le chef d'entreprise de conclure : "il ne faut pas perdre de vue qu'une entreprise est un moyen, pas une fin en soi"!

d) Stratégies, circuits et réseaux des quincailliers

Comme tous commerçants, les Kréda ont plusieurs stratégies pour réussir les affaires. C'est par exemple la spéculation des prix, l'une des stratégies très fréquentes. Il est certain que ces derniers vont faire jouer la carte du marché : "quand les demandes augmentent, les prix augmentent". Pour augmenter la demande, les Kréda créent une pénurie de produits

en bloquant l'approvisionnement [matériaux de construction], une fois que les demandes sont fortes, ils augmentent les prix[112]. Les clients se ruent dans les magasins.

Autre stratégie, c'est la chasse aux fameux bons de commandes administratifs, émis par les services publics [DAAFM], lors d'appels d'offres publics pour lesquels ils sont prêts à proposer leurs services ou produits avec un paiement à crédit. Les factures *pro forma* gonflées avec la complicité des agents de l'Etat sont monnaie courante. Une fois les produits livrés, les commerçants sont payés au Trésor Public. Devant le Trésor de N'Djamena, les commerçants se comportent comme devant les bourses et passent des journées pour obtenir le paiement de leurs BCA.

Il faut enfin mentionner les Kréda en diaspora qui, à l'instar des autres groupes ethniques musulmans, jouent un rôle de premier plan : ils rapatrient les fonds pour aider ou encourager les proches qui débutent au pays. Les principaux circuits des flux financiers proviennent de la Libye, Khartoum, Bangui, Nord Cameroun, Maiduguri, France, USA, etc.

On ne saurait conclure ce chapitre sans dire un mot sur les avantages du commerce de quincailleries. Il n'est secret pour personne au Tchad, que le commerce de quincailleries a impact positif sur la vie des Kréda. Cet impact est d'abord économique, social et politique. La dimension première du commerce est évidemment économique, elle consiste à accumuler de l'argent et certains sont même devenus actionnaires dans les banques au Tchad [SG Tchad, etc.], ou créanciers vis-à-vis de l'Etat. Ils possèdent des fonds colossaux dans les banques. Les commerçants Kréda sont très riches et assurent à leurs familles une vie décente. Au fil du temps, ils ont acquis un statut supérieur et privilégié dans la hiérarchie sociale tchadienne. Ils sont très respectés au Tchad. C'est une classe bourgeoise qui se constitue, et au-delà de ses dimensions économiques et sociales, le commerce de quincailleries flirte avec le pouvoir. L'étude des réseaux qu'entretiennent les commerçants Kréda a permis de révéler une visée ou des ambitions politiques : affirmation identitaire d'une part, s'imposer face aux autorités de l'Etat et un jour accéder au pouvoir d'autre part. Le commerce de quincailleries dominé par les Kréda est un

[112] Sur les marchés du pays, les prix des matériaux de construction galopent sans cesse. Les autorités ont cru contraindre les commerçants à réduire ces prix afin que chaque les populations tchadienne puissent accéder au logement confortable, mais ce fut peine perdue.

commerce ethnique qui présente donc des dimensions politiques : ascension politique avec une forte affirmation identitaire.

6.2. Les Ouaddaïens et le commerce d'épiceries de quartiers

Nous avions déjà précisé qu'il s'agit dans cette étude des épiceries ouaddaiennes à cause de leur domination dans ce secteur commercial. Si les Ouaddaïens se sont fait remarquer à N'Djamena à travers le commerce des épiceries de quartier, c'est par un long parcours. Avant de revenir sur cet autre cas typique du commerce ethnique, voyons d'abord qui est ce groupe.

a) Qui sont les Ouaddaïens ?

Les origines ethniques des populations ouaddaïennes sont diverses. Cependant, elles forment un ensemble humain uni par la religion musulmane, la culture, l'histoire qui les rattachent d'ailleurs au sultanat du Ouaddaï [unité politique historiquement remarquable]. Si l'unité historique des groupes Ouaddaïens a fait la grandeur de ces peuples depuis très longtemps, les particularités ethniques et ainsi les aspirations spécifiques de ces groupes ont néanmoins fissuré, divisé l'ensemble. Les avatars de la politique et les vicissitudes de l'histoire ont donc fait apparaitre des rivalités entres des groupes ethniques jadis unis. Les critères qui permettent de caractériser ces divers groupes ethniques du Ouaddaï, sont d'abord leur proximité géographique et linguistique, puis leurs pratiques économiques.

Au nord et autour d'Abéché, on trouve des Maba autochtones et parmi eux, il y a les Kodoï, puis les Massalites autour d'Adré et qui débordent les frontières soudanaises jusqu'au Darfour. Les Masmadjé et Kadjaské sont éparpillés à Am Dam et ses alentours. Les Dadjo sont originaires de Goz-Beida.

Si à Biltine l'on trouve quelques éléments Maba et Dadjo, cette ville reste le pays des Mimi. Les Tama et leurs proches, les Guimir peuplent Gueréda. La localité d'Am-Zoer est habitée par une seule ethnie, les Mararites et les Abou Charib qui ont adopté la langue des Mararites. Mais en fonction de leur poids démographique, les Mabas restent le principal groupe ethnique du Ouaddaï et le plus connu de la région. D'autres groupes ethniques leur sont apparentés linguistiquement. Ce sont les Kodoï, les Kondogo, les Mararites, les

Oulad-Djama, les Malangua, les Madaba, les Madala, les Abissa, les Abissa, les Keliguane, etc. Les populations ouaddaiennes comptent au total un peu plus de 810 000 habitants selon les statistiques officielles [Inseed, 2009].

Tous ces divers peuples vivaient jadis du commerce et du trafic des esclaves ainsi que des tributs payés par leurs vassaux [le Solong de Darfour]. Ils importaient des vêtements, des armes, des bijoux, du thé, du sucre, des épices. Vestige du commerce transsaharien, le territoire du Ouaddaï était un ancien passage des caravanes de marchands, de troupes en armes et aussi de pèlerins qui se rendaient à la Mecque. La ville d'Abéché [très dynamique à l'époque précoloniale et coloniale] a rayonné grâce au commerce et les diverses populations de cette région sont restées d'excellents commerçants.

Si le commerce est la principale activité des ouaddaïens, il n'en demeure pas moins qu'ils sont grands agriculteurs. L'ensemble des populations, avec quelques spécificités, pratique sur les terres fermes et dans les ouadis une agriculture extensive dont les principaux produits : le mil, le sorgho et l'arachide, les oignons, les gombos, le piment, les tomates, la gomme arabique. L'élevage est florissant : le bétail est vendu sur pied, le plus souvent vers le Soudan et le Nigeria.

Aujourd'hui, cet ancien grand royaume du Ouaddaï, actif par son centre commercial ou couloir commercial dans l'Afrique précoloniale, a laissé un peuple – Maba, Tama, Abou Charib, Massalites, Mimi… - très entreprenant dans le commerce avec le Soudan voisin.

Tableaux 31: structures ethno-économiques des Ouaddaïens.

Ouaddaïens	Localisation régionale	Activités principales régionales
Maba	Abéché, Ouara	Le groupe pratique des activités économiques dont les principales sont : - Elevage de zébus, moutons, chèvres, ânes… - Culture de pastèques, oignons, pénicillaire, sorgho… - Commerce d'arachides, oignons, mil, bétail, volaille, maroquineries. - Transport urbain, interurbain. - Artisanat [nattes, sacs, outils…].
Tama	Gueréda	
Mimi	Biltine	
Dadjo	Goz-Beida	
Assonghoris	Adré	
Massalites	Adré	
Abou Charib	Am-Zoer	
Mararites	Am-Zoer	
Kadjaské	Am Dam	
Kodoï/Kodongo	Abdi	

Source : synthèse de documents

b) La conquête des épiceries

Les premiers groupes des Ouaddaïens sont arrivés à N'Djamena vers 1928 et se sont installés à Djambal Gato et Djambal Barh aux côtés des Mandja, Baguirmiens [quittant Azéguene] et Kanouri.

Parmi ces premiers groupes Ouaddaïens, la majorité étaient des jeunes hommes célibataires qui se constituaient en groupes et vivaient en colocation. Ils venaient comme tous les jeunes en aventure à la recherche de l'argent nécessaire pour se marier. Et une fois l'argent réuni, ils repartaient reprendre leur vie habituelle dans leur communauté respective. Aussi, des individus mariés qui y demeuraient temporairement, et très souvent sans leur famille, faisaient du petit commerce pendant la saison sèche. Ce sont ces derniers qui, en évolution dans leurs petits commerces, créèrent puis généralisèrent les épiceries de quartiers. Au départ les épiceries existaient sous forme de tablettes ambulantes et/ou fixes. D'autres plus entreprenants, montèrent des petits restaurants localisés dans les stations de voyages. C'étaient des petits Kabab offrant du café, du lait avec les beignets ou des pains à petits prix.

Après l'indépendance du Tchad en 1960, le nombre de la population ouaddaïennes s'agrandit à N'Djamena: elle passe de 140 en 1960 à 74196 habitants [10,80%] en 1993. Aujourd'hui, ils sont 101465 [selon les données Inseed, 2009]. Le groupe en expansion s'est très vite spécialisé dans deux branches du commerce : le restaurant et l'épicerie, par l'exemple des premiers arrivés. Si depuis le domaine de la restauration à N'Djamena semble avoir échappé à la domination des Ouaddaïens, les épiceries de quartiers demeurent le monopole ou la spécialité de ces groupes ethniques dont le commerce est une passion familiale.

A N'Djamena, les premiers Ouaddaïens arrivent donc vers 1928 et s'installent au départ à Djambal Gato. Les autres populations originaires du Ouaddaï géographique suivirent, parmi eux, il y a évidement les Maba, Tama, Mimi, Assonghoris, Massalites, Abou-Charib, Mararites, Massalates, Masmadjé, Kadjaské, Dadjo, etc.]. En 1960, la majorité vivait par groupes dans les quartiers proches du centre ville : Bololo, Champ de course, Djambal Barh, Gardolé, Ambassatna et Mardjandaffack. Aujourd'hui, ils se retrouvent presque dans tous les quartiers de N'Djamena et excellent dans le commerce des restaurants et, en particulier dans celui des épiceries ou boutiques de quartiers.

Comme les autres groupes tchadiens, les Ouaddaïens arrivent à N'Djamena à la suite des années de sécheresse de 1984 et 1985. Leur objectif commun : les débouchés commerciaux. Les premières vagues furent d'abord les commerçants et employés saisonniers chez les premiers arrivés.

c) Caractéristiques des épiceries ouaddaïennes

Une épicerie est un commerce de détail et de proximité des denrées alimentaires mais commercialisant également, dans la ville et ses périphéries, une diversité de produits sans rapport avec l'alimentation tels que les produits d'entretien, l'éclairage, les gadgets, etc. C'est un type de commerce où l'épicier implante son magasin dans les quartiers proches des habitants. Les épiceries ouaddaiennes sont progressivement devenues un secteur d'activité très diversifié vendant également les produits pharmaceutiques de premiers soins. Communément appelées boutiques, les épiceries ouaddaiennes ou «ouaddaien du coin » est une expression triviale utilisée à N'Djamena et ailleurs dans les autres villes du Tchad pour désigner ce type de commerce, faisant référence à l'origine supposée des employés de l'établissement.

Photo 16 : épiceries ouaddaiennes au quartier Chagoua.



Source : enquête de terrain, 2012

Tableau 32: nombre d'épiceries ouaddaïennes par quartiers.

Arrondissements	Quartiers	Epiceries
1er arrondissement	Farcha	33
	Milézi	6
	Madjorio	38
2 eme arrondissement	Djambal Ngato	1
	Mardjand affack	4
	Bololo	8
	Goudji	3
	Klémat	2
3 eme arrondissement	Gardolé	2
	Ambassatna	12
	Ardep Djoumal	17
	Sabangali	13
	Kabalaye	33
	Djambalbarh	6
4 eme arrondissement	Repos	13
	Naga I	1
	Naga II	3
	Blabline	13
5 eme arrondissement	Ridina	17
	Am-Riguebé	11
	Champ de Fils	9
6 eme arrondissement	Moursal	27
	Paris-Congo	19
7 eme arrondissement	Chagoua	93
	Dembé	61
	Atrone	33
	Amtoukoui	30
	Abena	48

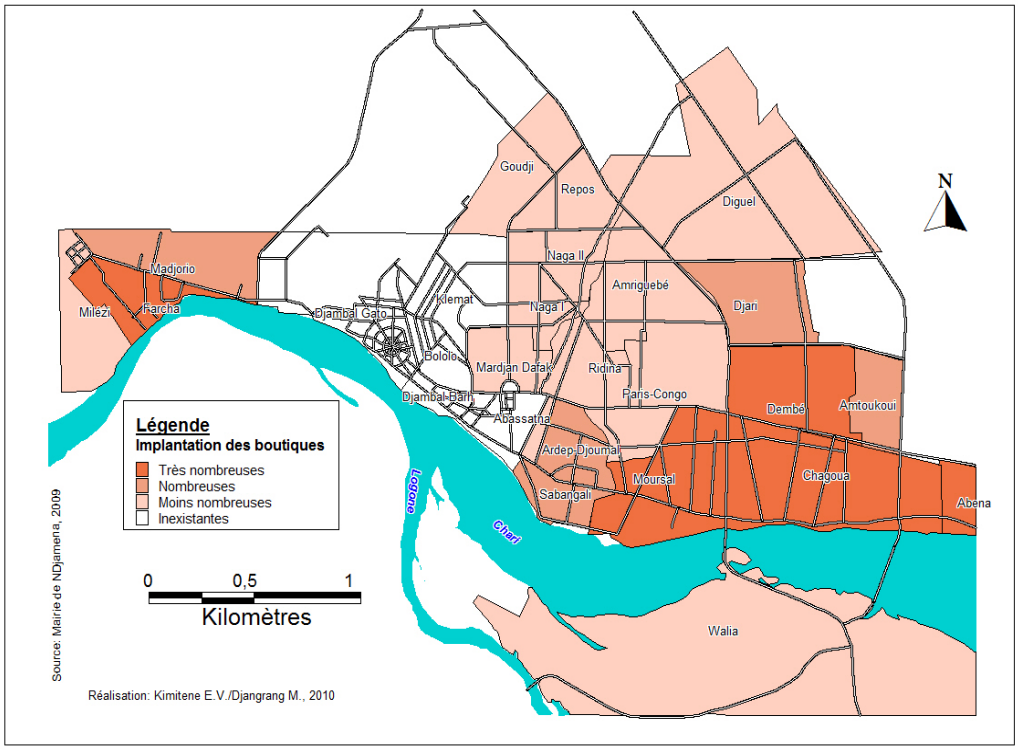
	Gassi	33
8 eme arrondissement	Diguel Ndjari	18 24
9 eme arrondissement	Walia Ngoumna Digangali Ngueli Toukra	53 2 11 12 3
10 eme arrondissement	Goudji Gozator Lamadji	3 1 2
Total N'Djamena		**618**

L'implantation spatiale des épiceries suit une logique commerciale et géographique savamment orchestrée par les commerçants qui les tiennent. Certains quartiers de N'Djamena sont beaucoup plus ciblés, sollicités que d'autres et ceci en fonction de la demande, de la concurrence. D'aucuns sont mus par des choix stratégiques. La ville de N'Djamena est divisée en dix arrondissements et quartiers. Ainsi, dans les quartiers ou arrondissements au nord-est et au centre il y a moins d'épiceries que dans les quartiers du sud [avec 325 épiceries, soit plus de la moitié]. Il apparait que le 7eme arrondissement reste dominant avec un nombre de 198 épiceries gérées par les Ouaddaïens.

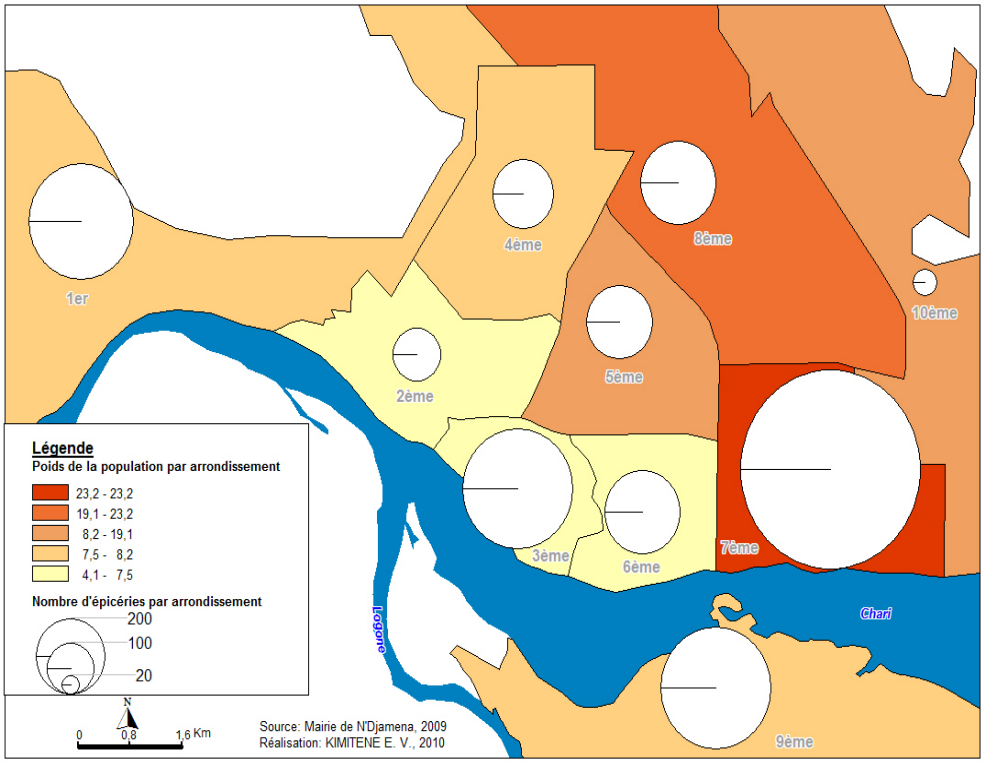
Tableau 33: nombre d'épiceries ouaddaïennes par arrondissement.

Arrondissements	**Habitants**	**Poids relatif [%]**	**Epiceries ouaddaiennes**
1er Arrondissement	77817	7,8	**77**
2 ^{eme} Arrondissement	67983	6,8	**18**
3 ^{eme} Arrondissement	41305	4,1	**83**
4 ^{eme} Arrondissement	75096	7,5	**30**
5 ^{eme} Arrondissement	103019	10,3	**37**
6 ^{eme} Arrondissement	47420	4,7	**46**
7 ^{eme} Arrondissement	230905	23,2	**198**
8 ^{eme} Arrondissement	189916	19,1	**42**
9 ^{eme} Arrondissement	78241	7,8	**81**
10 ^{eme} Arrondissement	81790	8,2	**6**
Total N'Djamena	**993 492**	**100**	**618**

Carte 17: implantation des épiceries dans les quartiers



Carte 18 : nombre d'épiceries et le poids de la population [%] par arrondissement



Sur les tableaux comme sur les cartes, un constat est visible: les épiceries sont très nombreuses dans le 7eme arrondissement [198 épiceries dont 93 épiceries au quartier Chagoua, 61 à Dembé et 48 à Abena]. Puis, les trois autres arrondissements sont densément couverts: le 3eme [83 épiceries dont le quartier Sabangali arrive en tête avec 33 épiceries] et le 9eme [81 épiceries dont 53 épiceries pour le seul quartier Walia]. Quant au 1er arrondissement, il arrive en quatrième position dans ce classement avec 77 épiceries dont 38 épiceries au quartier Madjorio et 33 à Farcha. Dans l'ordre, arrivent les autres arrondissements : le 6eme arrondissement [46 épiceries dont 27 épiceries au quartier Moursal et 19 à Paris-Congo], le 8eme arrondissement [42 épiceries, soit 24 pour Ndjari et 18 pour Diguel], le 5eme arrondissement [37 épiceries] et le 4eme arrondissement [30 épiceries], on compte une implantation moyenne. Par contre, le 10eme Arrondissement tient la queue du peloton avec seulement 6 épiceries. Certains arrondissements sont bien mieux pourvus que d'autres. Comment expliquer ces disparités? Donner une réponse [ou des réponses] revient à prendre en compte les aspects géographique, démographique et économique de N'Djamena. Sur ces plans, certains arrondissements sont plus grands que d'autres [1er, 7eme et le 9 eme, sauf le cas particulier du 10 eme plus grand mais peu peuplé et urbanisé et 3 eme [très urbanisé, mais très petit]. Dans cette implantation, le paramètre qui compte plus, c'est la population cible, en général éloignée des marchés. C'est le plus souvent dans les quartiers animés [surtout la nuit] que les épiciers trouvent mieux la clientèle.

Cette explication qui se base la distance peut ne pas tenir dans la mesure où certains quartiers sont éloignés sans rapport conséquent avec la densité des épiceries. C'est le cas avec le 10eme arrondissement. Ici, la raison serait plutôt à chercher du fait que cet arrondissement est récent et n'englobe que les villages jadis environnants. Autre explication, dans le choix d'implantation d'épicerie, les commerçants Ouaddaïens cibleraient beaucoup plus une clientèle sudiste, très peu habitués à faire le stock et surtout la sécurité relative dans leurs milieux. Autre fait, les populations sudistes ne sont pas entreprenantes dans ce secteur. Et cela arrange donc les épiciers : absence de toute concurrence, ce qu'on n'observe pas dans les quartiers à dominance nordistes et musulmans. Dans les quartiers habités par les nordistes musulmans, les commerçants Ouaddaïens ont peu chance de pouvoir implanter de nouvelles boutiques à cause de la concurrence. A ce propos, il faut noter que la concurrence dans cette zone est mal prise et peut parfois tourner au conflit de voisinage. En sus de ça, nous avions eu l'impression lors

de nos enquêtes selon laquelle les groupes de populations nordistes apprécient très mal le déferlement des Ouaddaïens avec leurs épiceries. Les événements de 1993 qui opposèrent Ouaddaïens et Zaghawa sont aujourd'hui de mauvais souvenirs. C'est pour éviter tout genre de confrontations que les épiciers Ouaddaïens préfèrent délocaliser leurs boutiques dans les parties accueillantes comme les quartiers sud-est de N'Djamena [Moursal, Chagoua, Dembé, Abena, Amtoukoui, Gassi, etc.].

La faible implantation des épiceries dans les quartiers comme Djambal Gato, Klémat tient, de ce côté, à la nature des habitants en général expatriés récents qui sont habitués à faire le stock dans les grands marchés ou dans les alimentations en centre-ville. Cette catégorie de population, pour la sécurité, n'aime pas les courses de la nuit. Or, le point fort de vente des épiceries, c'est le soir quand les marchés sont fermés.

Au Tchad, ce commerce est appelé *dépanneur*. Le terme « dépanneur » a depuis longtemps été utilisé seulement par les populations de N'Djamena pour deux raisons : son ouverture tard le soir et sa proximité des consommateurs. Tenus par des personnes originaires du Ouaddaï, ces magasins alimentaires de proximité jouent un rôle social important dans le paysage urbain. La plupart offrent l'essentiel des produits de première nécessité, ainsi que des légumes secs. Service et disponibilité, amplitude des horaires, permettent aux épiciers ouaddaïens de quartiers de résister à la concurrence des grands marchés.

Ces épiceries sont le plus souvent tenues par des hommes et quelquefois les femmes qui assurent la vente en l'absence de leurs maris. Un ou deux frères et/ou fils sont associés à l'activité pour leur initiation en vue de leur prochaine insertion dans le secteur. L'étude du commerce des épiceries a permis d'établir une forte emprise ethnique marquée par les groupes du Ouaddaï [soit une proportion de 95%]. Les principaux groupes ethniques ouaddaïens spécialisés dans le commerce des épiceries de N'Djamena sont les Maba, Mararite/Abou Charib[113], Mimi et Tama. Les autres groupes tchadiens et les autres étrangers se partagent la marge, soit une part de 5% des épiceries de N'Djamena.

[113] Il est difficile de dissocier les Abou-Charib des Mararites, car en parlent la langue Mararite ils se réclament Mararites.

Tableau 34 : appartenance ethnique des épiciers à N'Djamena

Groupes ethniques		Concentration
Groupe Ouaddaïen	Maba	34,0%
	Mararites/Abou Charib	32,0%
	Tama	19,0%
	Mimi	10,0%
Ensemble		**95,0 %**
Autres musulmans	Arabes	1,5 %
	Goranes	1, 1%
	Kanembou	0,4 %
	Peuls	0,5%
Groupes sudistes	Sara	0, 3%
	Banana	0,2%
Autres tchadiens		**0,7%**
Etrangers		**0,4 %**
Total		**100%**

Les prix des produits d'épiceries sont relativement plus élevés que ceux pratiqués dans les marchés mais, dans la mesure où ils sont toujours variables, il arrive que ce type de commerce se révèle concurrentiel face aux grands marchés locaux [Central, Dembé, Mil, Alimentations, etc.] plus éloignés et fermés très tôt le soir. Les consommateurs font recours à ces épiceries pour leurs petites courses quotidiennes et apprécient de trouver

dans leur quartier un magasin de dépannage ouvert tard la nuit et les jours fériés [sauf pendant les heures de prières de vendredi].

d) Circuits et réseaux commerciaux

A N'Djamena comme ailleurs au Tchad, le commerce des épiceries par les Ouaddaïens se déroule entre circuits, réseaux et détails aux quartiers.

En général, les épiciers s'alimentent dans les grands marchés suivant les zones géographiques. Ceux des quartiers sud-est se ravitaillent au Marché Dembé ou marché central et, pour certains produits spécifiques, au marché du Mil. Les grossistes auprès desquels les épiciers s'approvisionnent sont le plus souvent des proches : amis, cousins, coreligionnaires ou autres affinités. Le plus habituellement, c'est un autre proche Ouaddaïen qui met en contact le grossiste et l'épicier détaillant. Les prix en gros sont le fruit d'un accord amiable pour permettre à l'épicier de gagner le profit escompté. Entre le grossiste et le détaillant épicier se tissent des relations commerciales très solides [voire extra- commerciales]. Pour sa commande de ravitaillement, l'épicier dispose d'une fiche où il mentionne la quantité de tous les produits souhaités. La quantité varie en fonction de la taille de l'épicerie. Les plus petites ou moyennes boutiques peuvent utiliser un pousse-pousse ou louer une camionnette pour évacuer vers leurs magasins de quartier. Il y en a d'autres qui préfèrent s'alimenter régulièrement suivant la quantité des produits vendus à la consommation [clients].

Le premier choix stratégique dans l'ouverture d'une épicerie, c'est d'abord son emplacement géographique. Pour créer et implanter une épicerie, le commerçant ouaddaien fait une étude préalable : les besoins, les angles des habitations, le point le plus fréquenté comme les carrefours des rues ou avenues, l'équidistance des épiceries proches. Comme dans tout type de commerce au Tchad, les épiciers ouaddaïens de N'Djamena enquêtés disposent des réseaux familiaux et sociaux très fortement imbriqués. Ces réseaux - liens sociaux et commerciaux – se manifestent aussi bien entre les commerçants ouaddaïens et en particulier entre ceux exerçant les épiceries, d'une part ; et d'autre part entre les épiciers et leurs proches parents.

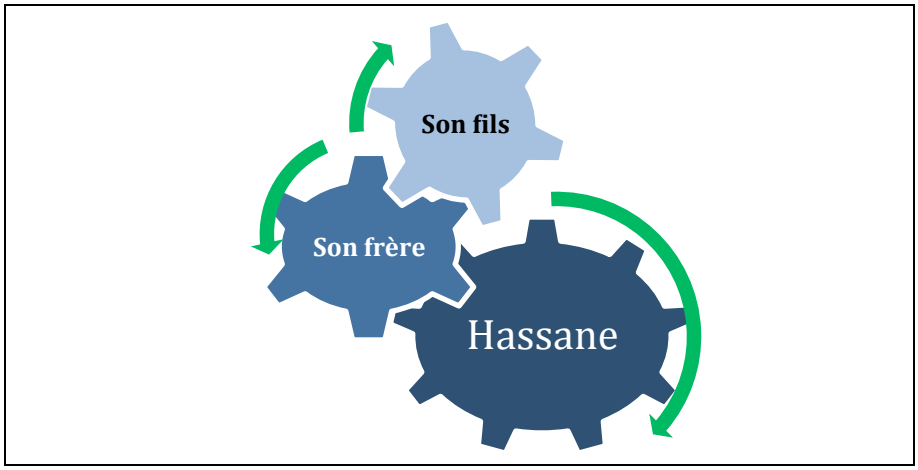
Selon nos enquêtes, il existe entre les commerçants épiciers ouaddaïens des réseaux étroitement noués. D'abord, tous musulmans, puis tous originaires de la même région, du même groupe ou apparentés les uns aux autres, les commerçants ouaddaïens, par ces liens

religieux, régionalistes, ethniques et professionnels, ont créé et développé des réseaux bien ficelés et maintenus entre eux. Ces liens se traduisent notamment par les formes d'entraide dans la bonne marche de leurs affaires. Qu'ils soient issus de l'ouverture, de la gestion concertée des circuits de l'approvisionnement, des collectes de fonds solidaires, les commerçants ouaddaïens, à l'instar des autres groupes musulmans, veillent au respect et à l'unité du groupe. Des petits groupements sous la forme d'associations, entre ouaddaïens en général et en particulier entre les commerçants de même localité ou de même groupe ethnique, existent et fonctionnement de diverses façons. Par exemple, des confréries musulmanes, comme les wahhabistes saoudiens [Coudray,] et les sunistes qatarites, octroient sous forme d'aide, des fonds commerce aux commerçants qui en sont membres.

Comme en Afrique et, en particulier au Tchad, le commerce, est une affaire de famille. Il s'observe encore plus fréquemment dans les milieux musulmans et nordistes. Si en occident, le profit s'accommode avec l'individualisme sans autres considérations, en Afrique, le gain est d'abord aux fins familiales. Pour faire des affaires comme ouvrir une entreprise [familiale ou pas], la décision est issue d'une concertation en famille [au sens africain, ensemble élargi aux parents de deuxième et troisième degré]. Pour ce qui est des épiceries, le capital est dans la plupart des cas familial, même si certains épiciers arrivent à former seuls le capital de départ. Dans le cas précis des épiciers ouaddaïens à N'Djamena, le capital est réuni en famille à N'Djamena pour ceux qui y vivent depuis longtemps ou en province dans la région [Ouaddaï] pour les nouveaux arrivants. Avant d'ouvrir une épicerie, le nouveau commerçant [adolescent ou adulte] est envoyé chez un proche parent, épicier qui l'initie aux techniques commerciales: comptabilité élémentaire [souvent en arabe de maderassa[114]], familiarité et endurance, connaissance des produits, contact clients…

[114] Synonyme des écoles coraniques où l'on apprend l'arabe classique comme langue de l'islam par les récitals.

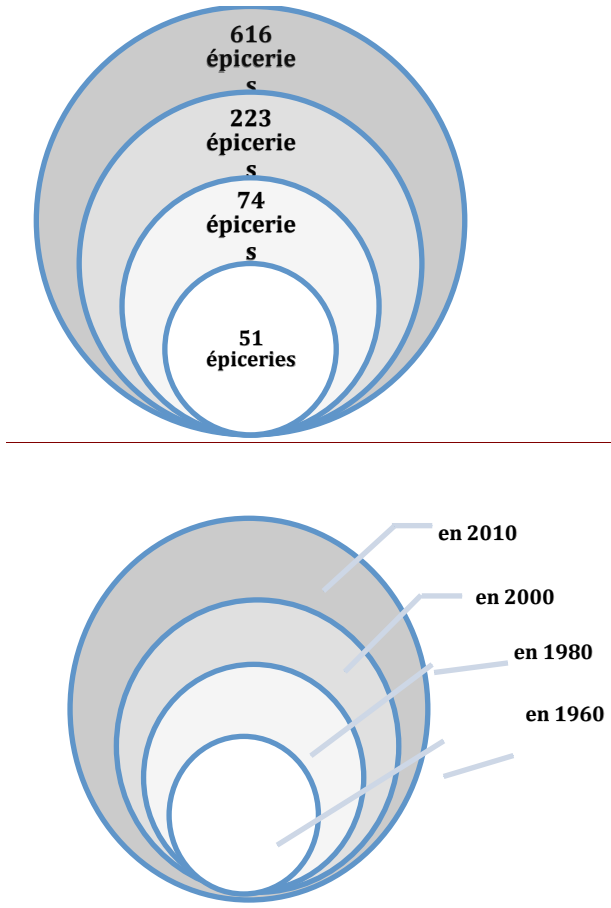
Figure 10 : modélisation des réseaux familiaux ouaddaïens.



Les épiciers ouaddaïens fonctionnent en réseaux familiaux de façon mécanique. Ici dans le graphique, Hassane, le père, est très lié aux membres de la famille [son frère et son fils]. Leur entreprise est familiale et fonctionne sur le modèle d'un moteur mécanique. Hassane fait tourner son frère cadet et les deux vont booster le fils-neveu. Et inversement. En moyenne, le temps nécessaire dévolu à cette initiation varie entre deux ans pour les adultes à cinq ans pour les jeunes adolescents. Une fois les notions maîtrisées, le nouvel initié ouvre, avec l'aide des aînés ou anciens, son épicerie dont il assure la gestion sous le contrôle des autres parents expérimentés. Les comptabilités journalières sont tenues par ce plus jeune [à deux ou trois si c'est une épicerie cogérée, comme c'est le cas le plus souvent]. Par contre, les comptes mensuels sont tenus en famille ou par un collège afin d'évaluer et expertiser l'entreprise. Aux moindres manques constatés, l'intervention des proches peut corriger les faiblesses. Anciennes comme nouvelles, les épiceries ouaddaïennes fonctionnent sur les mêmes modes opératoires avec les comptabilités mensuelles et annuelles pour dégager le capital et tirer le gain.

Une autre forme d'apprentissage est également courante, la gérance saisonnière. Les Ouaddaïens sont grands agriculteurs. A la fin de la saison sèche, les plus solides laissent la gestion aux plus petits ou nouveaux initiés et repartent aux villages pour cultiver le champ. Une fois les récoltes faites, ils reviennent reprendre le commerce. C'est sur cette base d'alternance entre commerce et travaux champêtres que les Ouaddaïens ont construit leur économie au fil du temps. « L'union fait la force », adage populaire, est devenu la devise des épiciers ouaddaïens.

Figure 11 : épiceries ouaddaiennes de 1960 à 2010 à N'Djamena.



Source : enquête de terrain, N'Djamena, 2011.

Le commerce ayant valeur sociale, les épiciers ouaddaïens arrivent, au fil de temps, à nouer avec les populations du quartier, des liens autres que commerciaux. Outre les liens de voisinage ou de cohabitation, les épiciers développent une politique attractive pour fidéliser leur clientèle. Cela s'observe par le comportement de certains clients préférant acheter des biens dans telle épicerie plutôt qu'une autre. Un client du quartier, Djikoloum, envoie son fils acheter le thé et le sucre et lui ordonne : « va m'acheter chez Hassane », alors que l'épicerie de Mahamat se trouve à deux pas de chez lui. Les raisons peuvent être multiples et variées : la confiance, l'accueil, le prix abordable… Des cas similaires sont très fréquents et attestent bien les relations complexes existant entre commerçants et populations du quartier où sont implantées les épiceries de la place. S'il règne un climat de

parfaite entente entre les différents groupes ouaddaïens, il n'en demeure pas moins que des concurrences et des rivalités régionales subsistent sous forme de conflits larvés.

Il n'y a pas de commerce sans concurrence, y compris au sein d'un même groupe social et géographique. Dans le contexte tchadien, la concurrence entre commerçants évoluant dans les mêmes branches ou secteurs est très mal comprise [et le plus souvent écrasée]. Donc entre les épiciers ouaddaïens, il existe des concurrences : soit entre les Tama et les Maba ou Mararites, soit entre les Mimi et les Maba, ou entre les Tama et les Mimi. Les rivalités ethniques et géographiques qui existent au niveau régional sont ravivées par une concurrence déloyale. C'est par exemple le cas quand un Tama implante son épicerie à côté de celle d'un Maba ou Mararite, et vice versa. C'est là que les concurrences font ressurgir les rivalités ethno-régionales qui finissent par générer le plus souvent un conflit avec l'usage de sortilèges et d'assassinats. A Chagoua, il a été rapporté un fait similaire entre un épicier Tama et un Maba. Avant l'arrivée de son coreligionnaire Maba, le Tama avait toujours une bonne clientèle, précise Issaka. Mais depuis un certain temps, il a commencé à régresser considérablement. Le commerçant Tama est aujourd'hui paralysé d'une partie entière de son corps. Les habitants du quartier affirment que c'est certainement son voisin commerçant Maba qui aurait marabouté [sortilège dont le commerçant Tama se dit victime].

Pour résumer les paragraphes qui précèdent, il faut simplement souligner que le commerce de quincailleries et d'épiceries met en évidence une organisation socio-économique calquée sur la famille. Comme tous les commerçants musulmans du Tchad, les Kréda et Ouaddaïens associent au gain par le commerce une valeur existentielle et de pouvoir. Ces deux cas étudiés traduisent parfaitement les situations et modalités de reproduction sociale et identitaire des groupes ethniques du nord du pays. Maintenant voyons dans un autre registre de commerce spécialisé par groupes ethniques, le commerce de bars, comment se présentent les modalités et les modes opératoires.

6.3. Le commerce des bars à N'Djamena

Le commerce des bars à N'Djamena est une spécialité des Sara et des Banana. Comment s'organisent-ils et comment dominent-ils ce secteur? Pour répondre ces interrogations, tachons d'abord de savoir ce que sont ces groupes de populations?

a) Les groupes Sara et Banana

Les populations qui peuplent la partie septentrionale du Tchad communément appelées sudistes sont composées de deux grands ensembles ethniques[115] : les Sara et les Banana. Les deux groupes, du point de vue anthropologique, présentent des grandes similitudes culturelle, économique et même sociale. Les deux groupes sont composés en majorité de chrétiens[116] [75,86% chrétiens du Tchad] quand bien même une partie reste encore animiste [9,96%]. Ces deux groupes se subdivisent eux-mêmes en plusieurs groupes ethniques. Pour ces deux groupes, l'alcool est associé à la vie, malgré de nombreux préceptes chrétiens qui tendent le prohiber. Pour ces deux groupes de populations [cf. les cartes 12 et 13 consacrées aux groupes ethniques du Tchad].

Les Sara forment une population presque homogène. Leur nombre est de 2836304 environ dont 578517 personnes seulement vivent en milieu urbain contre 2257787 personnes dans le monde rural]. Ils représentent 26.0% de la population tchadienne. Le terme Sara désigne les populations qui vivent au sud du Tchad et très précisément dans les régions du Moyen-Chari[117], du Logone Oriental, du Logone Occidental. Ce groupe ethnique est uni par des liens linguistiques universellement admis malgré des variations dialectales qui s'observent d'une unité ethnologique à l'autre. De nombreuses traditions et mythes qui leur sont communs s'accordent à dire que les Sara seraient venus de l'est et du sud de l'Afrique [monde Bantou]. Ils sont composés autour d'un socle Sara-Bongo et atlantico-congolaise[118] avec plusieurs ethnies dont les principales sont : Sara-Kaba, Madjingay, Ngama, Kaba, Ngambay, Mbay, Day, Mango, Gor, Goulay, Mboum, Mouroum, Laka. Il faut, enfin, noter que quelques minorités Sara, notamment les Ngambay se sont aussi établis dans la région de la Tandjilé [au sud de Kélo et de Laï] et un foyer important de Ngambay vivent au Mayo-Kebbi [principalement à Gagal et Gounou-Gaya].

---

[115] Ce sont des groupes ethniques que Christian BOUQUET nommait "populations du sud-ouest et du Mayo-Kebbi" dans les années 1980.

[116] Bien qu'en général chrétiens, les Sara pratiquent l'islam très minoritairement, notamment les Sara-Kaba au Moyen-Chari autour de Kyabé.

[117] Dont la région du Mandoul [Koumra].

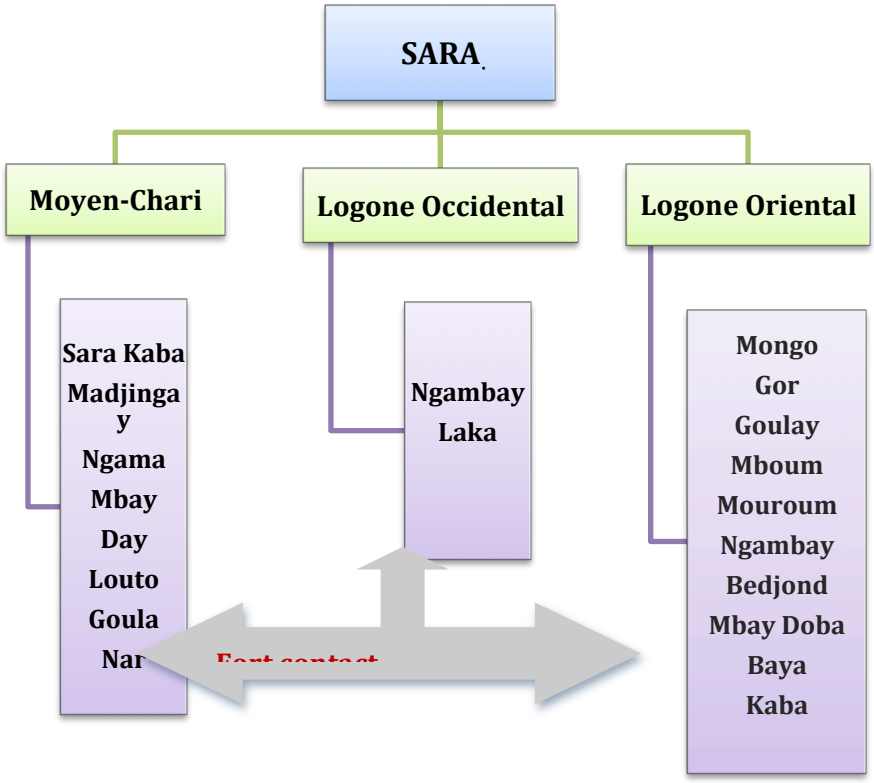
[118] Chapelle, J. (1986). *Le peuple tchadien : ses racines, sa vie quotidienne et ses combats*, Paris, L'Harmattan ; Delafosse, M. (1897).Essai sur le peuple et langue Sara, Paris, Librairie Coloniale.

Tableau 35 : structures ethno-économiques des Sara.

SARA[119]	**Localisation régionale**	**principales activités régionales**
Kaba Madjingay Ngama Laka Ngambay Mbay Day Mongo Gor Goulay Mboum Mouroum Louto	Kyabé Sarh, Koumra Maro Goré Moundou, Bénoye Moïssala Moïssala Bebidja Doba Dono Manga, Koumra MbaÏbokoum Laï, Guidari Maro	Ce groupe pratique : ▪ Agriculture : coton, mil, Arachide, Néré, Haricot… ▪ Pêche ▪ Cueillette : Karité ▪ Chasse ▪ Artisanat : nattes, forges ▪ Elevage domestique ▪ Transport ▪ Commerce : coton, Karité, alcool, mil, Arachide, Néré, bétail volaille...

[119] Delafosse, M. (1897). Essai sur le peuple et langue Sara, Paris, Libraire Coloniale.

Figure 12 : répartition des groupes Sara par région.



En dépit de quelques spécificités, les groupes Sara ont en commun certaines pratiques économiques dont les principales sont :

- Agriculture [le Mil, le sorgho, le manioc, et le coton comme culture de rente],
- Pêche [dans le Chari et Logone selon les rives habitées].
- Cueillette [Karité]
- Chasse
- Artisanat [sculptures, poteries, tressages, forges],
- Elevage domestique [bœufs, chèvres, volailles, chevaux]
- Transport [pirogues, charrettes, camions, plus récemment les motos].
- Commerce [coton, arachide, mil, Karité, Néré, alcool, bétail et volaille].

Les Sara occupent, de par leur niveau d'étude élevé, des hautes fonctions dans l'Administration tchadienne.

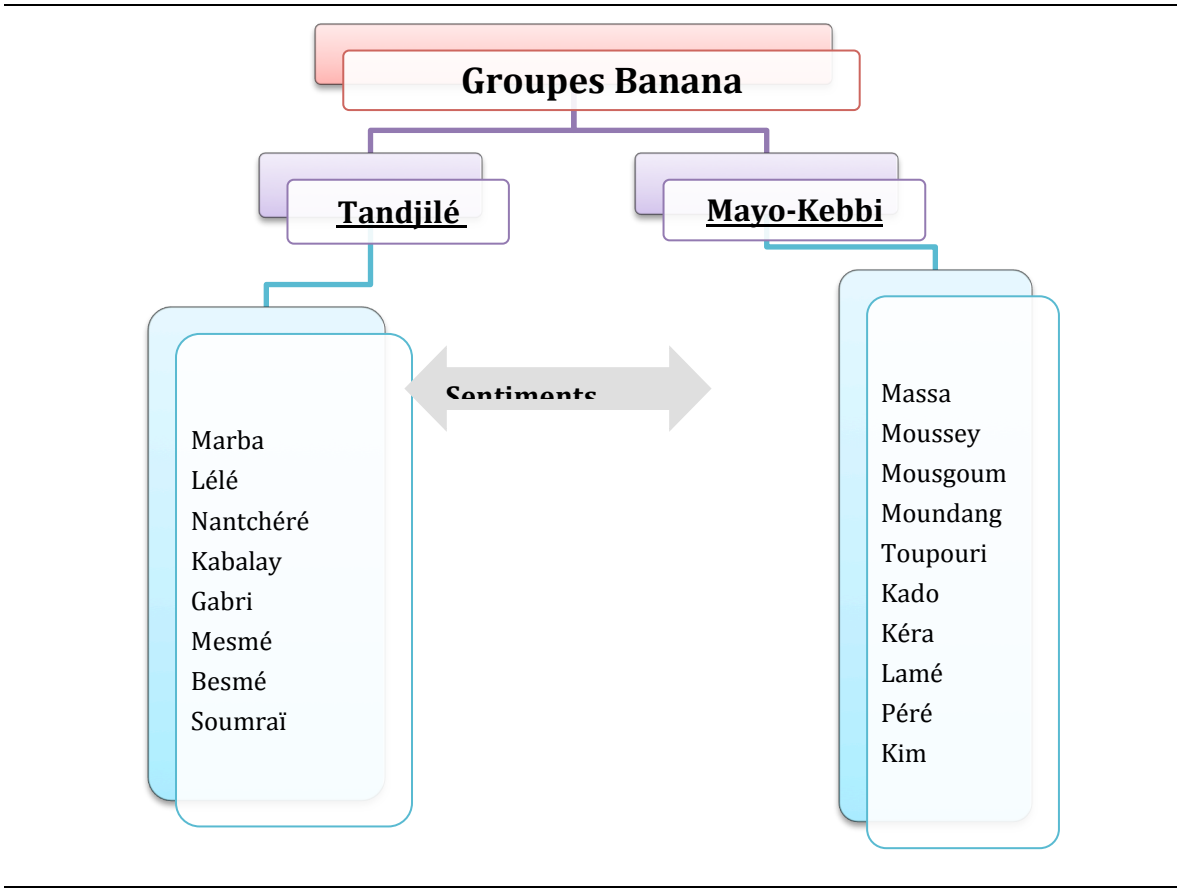
Les groupes que l'on désigne Banana sont des populations qui habitent le Mayo-Kebbi et la Tandjilé. Cette appellation Banana était d'abord utilisée péjorativement par les Sara et puis aujourd'hui acceptée par ces mêmes populations. D'après les données archéologiques de Mombaroua selon Jean Courtin[120], ces groupes sont issus d'une vieille occupation humaine très ancienne [paléolithique, néolithique]. D'où leur classification dans la famille des Tchadiques. Ils ont connus des petits états organisés autour du lignage [Wang Doré de Fianga, Gong de Léré, Royaume Kolon de Kélo] et des principautés : Massa, Mousgoum, Kabia, Tougoudé, Kim, etc.

Tableau 36: structures ethno-économiques des Banana.

BANANA	**Localisation régionale**	**principales activités régionales**
Massa Moussey Marba Lélé Nantchéré Kabalay Gabri Kim Mousgoum Moundang Toupouri Kado Mesmé Besmé Kéra Lamé Péré Soumraï	Bongor Gounou-Gaya Kélo Kélo Béré Laï Gam, Déressia Kim, Kolobo, Eré, Djoumane Katoua Léré, Gagal, Torock Fianga Pala Kélo Messeré Fianga Pala Pala Kimré	Leur économie provient de: ▪ Agriculture : coton, ▪ Arachide, mil, Riz, Taro, Karité, Néré, Haricot… ▪ Pêche ▪ Cueillette : Karité, fruits… ▪ Chasse ▪ Artisanat : poteries, nattes, forges, sculptures… ▪ Elevage domestique ▪ Transport : pirogues, camions, taxi moto… ▪ Commerce [coton, Karité Arachide, mil, Riz, Taro, Néré, alcool, bétail et volaille, poisson...

[120] COURTIN, J. [1980]. *Le gisement Sao de Mdaga [Tchad], fouilles 1960-68*, Paris, Société d'ethnologie.

Figure 13 : répartition des groupes Banana par région.



Les Banana sont des populations reparties dans les régions du Mayo-Kebbi et de la Tandjilé. Ils appartiennent à la famille Adamawa-Oubangui et Tchadique[121], du point vue ethnolinguistique. En dépit de spécificités locales qui varient d'un milieu géographique à un autre, les populations Banana [du Mayo-Kebbi et de la Tandjilé] présentent des similarités économiques : Agriculture [coton, arachide, mil, riz, taro, cueillette [Karité], pêche dans le Logone, lac Léré, la pendé, le lac Tikem, petit élevage domestique [bétail et volaille, etc.].

Dans ce travail, un aperçu historique sur la production, la consommation et la commercialisation de l'alcool au niveau régional permettra de comprendre le commerce des bars à N'Djamena.

[121] HAYWARD, R. J. [2004]. *Afro-asiatique*, Paris, Karthala, pp. pp. 93-120.

b) Rapport entre groupes ethniques et alcool au Tchad

Au Tchad avant l'arrivée de l'alcool moderne, la production d'alcool traditionnel, sa consommation et sa commercialisation n'étaient pas la pratique d'un seul groupe ethnique. Au nord comme au sud, chez les animistes, chrétiens et musulmans, la production d'alcool traditionnel et sa consommation étaient un trait commun à toutes les sociétés tchadiennes. La production était assurée uniquement par les femmes, mais la consommation restait en majorité masculine. Certaines femmes produisaient pour le seul besoin familial à l'occasion des fêtes [Bouimon Tchago, 1994 :149-152]. D'autres produisaient pour le commerce et se sont spécialisées dans la production et le commerce d'alcool [cabarets ou vendeuse à domicile]. Au Tchad, les formes de bières traditionnelles varient en fonction des régions : le bili-bili et l'Argui sont les plus répandus au sud [milieux Sara et Banana]. Le Khal au BET et Kanem, Lac et le Ouaddaï et le Kondorong en pays Hadjaraï. La Cochette répandue dans le May-Kebbi et la Tandjilé.

En fait, la consommation d'alcool artisanal au Tchad a toujours existé dans les milieux paysans. Mais, au delà d'une simple habitude culturelle propre à certains groupes ethniques, la commercialisation d'alcool au Tchad en particulier à N'Djamena polarise deux mondes plus ou moins distincts : les musulmans abstèmes et les chrétiens alcooliques[122]. Contre une idée reçue trop rapide les femmes ouaddaiennes et Goranes savent aussi fabriquer de la bière traditionnelle, le Khal, pour leurs époux ou à l'occasion des circoncisions ou des mariages mais uniquement pour la consommation familiale, et non pour la vendre à autrui. Les différentes sortes de bières à base de mil sont connues au nord et leur appellation varie selon les régions : l'argi, le kôsat ou akhabas, le bili-bili, le djalla, le kondorong, le khal, le zagala taguiyé, le zamzakut [qui est un mélange de mil, dattes et gombos fermenté][123]. Elles fabriquent aussi de l'alcool.

La technique de distillation de l'alcool est une pratique très répandue au sud comme au nord. Elle est utilisée par les femmes sudistes pour produire l'Argui au sud du Tchad,

[122] MAGRIN, G. ; MBAYHOUDEL, K. [2005]. *La bière à l'index ? Enjeu et dynamiques de la consommation d'alcool au sud du Tchad* in RAIMOND, C. ; GARINE, E. ; LANGHOIS, O. : *Ressources vivrières et choix alimentaires dans le bassin du Lac Tchad*, Montpellier, IRD Ed. ; Prodig. Ed., pp.501-526.

[123] ADOUM DOUTOUM, M. [1990]. *Place et statut des forgerons dans la société maba du Tchad*, Journal des africanistes, tome 60 fascicules, pp. 149-160.

connue des femmes ouaddaïennes. Si l'Argui est d'origine étrangère [certainement importé par les anciens combattants de la première guerre mondiale]. Au sud ce sont les femmes des militaires basés à Boum Kebir qui le fabriquaient pour leurs maris et le généralisaient ensuite par les autres femmes dans la région [Géraud Magrin et Koumaro Mbayhoudel, 2005 : 510]. L'alcool est consommé comme boissons de circonstances dans les provinces :

- Fêtes agricoles.
- Travaux agricoles en groupes.
- Cérémonies familiales [mariages, baptêmes, deuils, etc.]
- Dans les marchés hebdomadaires considérés comme occasion de fête.

Les boissons alcoolisées produites industriellement soit par fermentation, soit par macération, soit par distillation contenant de l'alcool éthylique et/ou d'éthanol sont commercialisées et consommées au Tchad depuis la colonisation. La production, la commercialisation et la consommation de l'alcool est très libre en dépit d'une réglementation[124] tchadienne en la matière. Les types les plus répandus et commercialisés dans les bars, buvettes, night-clubs sont : Gala, Chari, Castel Tchad [bières produites au Tchad], Castel, Guiness, "33", Beaufort, Red Bull, Heineken, Whisky, Champagne, *Pastis*, *GB*, vin, liqueurs [sont importés de l'Etranger]... La consommation et la commercialisation de l'alcool industriel sont très développées aussi bien dans les grands centres urbains que dans les villes intérieures du Tchad.

Si, au niveau régional, le commerce de l'alcool artisanal est pratiqué par divers groupes ethniques du nord comme du sud, qu'ils soient musulmans nordistes ou chrétiens ou animistes, à N'Djamena, la commercialisation de l'alcool est quasiment l'activité des populations ethniques du sud du Tchad : les Sara et les Banana. A N'Djamena, comme ailleurs dans les régions du Tchad, ce commerce se fait dans les cabarets pour les bières artisanales, et en grande partie dans les bars, buvettes, auberges, Hôtels, etc. pour les boissons industrielles. Les enquêtes que nous menons à N'Djamena depuis 2010 sur le commerce des bars à N'Djamena ont permis de dresser le tableau ci-après.

[124]La loi 2-61 du 2 mars 1961.

Tableau 37: débits de boissons alcoolisés à N'Djamena.

Débits de boissons	Nombre
Bars	501
Buvettes	411
Hôtels [Auberges]	111
Cabarets	202
Total	**1215**

Source : Enquête, N'Djamena, 2012

Sur un total de 1215 débits de boissons [tous types confondus] recensés, il y a 501 bars soit 41,2 % ; 411 buvettes, soit 33,8 % ; 111 Hôtels soit 9 %, y compris les auberges, qui assurent la vente des boissons industrielles [boissons alcoolisées et non alcoolisées]. 202 Cabarets[125], soit 16,6 %, se contentent de la vente des bières locales[126] [Bili-bili, Kondrong, Kâll, Argui, Cochette, etc.]. Et puisqu' il est question des bars, voyons comment s'y pratique le commerce. Il est donc opportun d'en dégager les caractéristiques et les typologies.

c) Les caractéristiques des bars

Dans le contexte du travail, le terme bar peut être : le bar dancing, la boîte de Nuit, la discothèque ou le Night-club... Un bar**,** dans le cas typiquement tchadien, est un établissement de distraction où la consommation et la vente des boissons alcoolisées restent la primauté. Le gérant ou *barman* pour un homme ou *barmaid* pour une femme [soit le propriétaire ou un employé] du bar y assure, seul ou avec plusieurs employés, la commercialisation des produits. Il est positionné généralement derrière un meuble appelé plus familièrement comptoir. L'animation musicale est orchestrée par un employé, un DJ. Certains bars [Damlar, Caravelle] proposent dans leur établissement des divertissements

[125] Des femmes Hadjaray gèrent 10 points de vente de bières locales [Argui et *Kondrong*] à Mardjan Dafak, Ridina, Am Riguebé, Dembé [soit 0,49 % de vente].

[126] Les alcools traditionnels comme Argui sont prohibés par la loi 2-61 du 2 mars 1961.

sur scène par des artistes comme des chanteurs, des musiciens, des comédiens, etc. Au Tchad, les lois en vigueur interdisent des pratiques telles que les sex-shows [pratiques très prisées en Europe]. D'autres bars offrent également un service d'hôtellerie [La Plantation par exemple], quand ils ne sont pas eux-mêmes intégrés à un établissement hôtelier. Les clients aiment déguster les carpes braisées ou les brochettes de viande de bœuf avec de la moutarde, dans le bar ou soit chez une jeune femme « d'à côté » [les vendeuses qui s'installent d'habitude à côté des bars].

Le commerce des bars est étendu aux discothèques ou night-clubs. L'activité s'effectue le plus souvent seul ou en groupe, impliquant une relation permanente avec la clientèle en liesse aux rythmes de la musique. Les horaires varient en fonction des jours prestés, [s'appliquent aux dimanches et jours fériés], comportent ou non des interruptions et se caractérisent par l'alternance de périodes d'activité soutenue, comme les week-ends et de périodes plus calmes [débuts de la semaine].

Photo 17: Rasta Bar Dancing au quartier Moursal.



La rémunération est souvent constituée d'un montant minimum garanti complété par la répartition du service. Le port d'une tenue professionnelle ou d'un uniforme est réglementé par l'établissement. Très peu de bars à N'Djamena s'attachent au respect des normes

d'hygiène et de sécurité et peu appliquent la réglementation sur les débits de boisson [la loi 2-61 du 2 mars 1961 réglementant la vente aux mineurs]. La plupart de ces établissements prolongent leurs activités jusqu'au petit matin en imitation des discothèques.

Une discothèque ou boîte de nuit, ou plus communément en abrégé boîte, disco ou encore club tout court [adaptation de l'anglais *night-club*] est un espace de divertissement essentiellement nocturne, réservé aux noctambules, en général des groupes constitués de personnes majeures [soit 18 ans dans la plupart des pays]. Une discothèque se distingue généralement des bars par son cadre : un toit fermé et une cabine d'animation commandée par DJ qui joue de la musique variée comme le *Ndombolo,* le *Coupé-Décalé*, le *Makossa*, le *hip hop*, le *rap,* le *reggae* ou encore le *zouk*, etc. La musique dans les discothèques est en direct ou sous forme de mélanges mixés par le DJ.

Photo18 : DJ anime la soirée VIP à N'Djamena.



Suivant les types de musiques jouées, la clientèle peut varier. La clientèle salsa par exemple se rend en boîte de nuit spécialisée en salsa. Ainsi, certains de ces établissements sont même devenus cultes par le fait qu'ils ont énormément contribué au développement de musiques ou chants locaux. C'est par exemple le cas pour le *Caravel* ou récemment

Damlar où le spectacle est produit par les *Ballet National* [chants ou musiques des terroirs].

Les clubs sont des lieux où l'on peut consommer des boissons souvent alcoolisées mais aussi non alcoolisées. On peut aussi y trouver des équipes de danseurs à l'occasion des concours de danse ou d'autres formes d'expressions artistiques qui animent les soirées. Par exemple, des soirées "*azouma"* organisées par plusieurs femmes ou les *pari-ventes* et/ou *pari-carpes*. Des élections de miss de quartiers, des soirées noce, le casting des grands DJ ont lieu de plus en plus souvent au cours de ces dernières années. De plus en plus, ces établissements commencent à se spécialiser en fonction d'un ou plusieurs styles de musique, de l'âge, de la catégorie socio-professionnelle du public, ou des animations et prestations offertes.

Les boîtes de nuit, outre leur fonction officielle, celle qui est de distraire à l'aide de musique et de danse, commencent à développer d'autres fonctions officieuses. Evidemment la plus courante est de servir comme lieu de séduction où ont lieu des rencontres amoureuses et autres formes de mafia : proxénétisme et deals. Ce sont aussi des lieux propices aux échauffourées : les boissons, les possibles rivalités amoureuses ou entre bandes, les trafics possibles, la foule, l'atmosphère festive favorisent la survenance de bousculades voire de violences telles les bagarres, A cet effet, de nombreux bars recrutent un employé qui aide à vider, également appelé agent de sécurité ou portier dont la fonction est d'assurer la tranquillité et la bonne réputation de l'établissement et d'empêcher d'entrer par exemple si le nombre maximal de personnes autorisées à l'intérieur est atteint ou à obliger à sortir les individus indésirables, soit par leur comportement, soit par leur réputation ou leur apparence [certaines boîtes de nuit pouvant imposer une "tenue correcte"]. Quand la persuasion ne suffit pas, le videur doit employer des moyens plus radicaux [capacités physiques et de combativité] tout en privilégiant la discrétion. Ces derniers doivent, en tout cas, avoir les qualités irréprochables.

Tableau 39: répartition des bars par quartier à N'Djamena.

Quartiers	Nombre
Farcha	22
Milézi	2
Madjorio	12
Djambal Ngato	6
Mardjan Dafak	1
Bololo	2
Goudji	-
Klémat.	2
Gardolé	-
Ambassatna	4
Ardep Djoumal	16
Sabangali	8
Kabalaye	22
Djambalbarh	1
Repos	1
Naga I	-
Naga II	-
Blabline	-
Ridina	6
Am-Riguebé	-
Champ de Fils	2
Moursal	164
Paris-Congo	16
Chagoua	58
Dembé	26
Atrone	12
Amtoukoui	20
Abena	38
Gassi	4
Diguel	-
Ndjari	2
Walia	36
Ngoumna	1
Digangali	6
Ngueli	9
Toukra	2
Goudji	-

Gozator	-
Lamadji	-
Total	501

Source : Enquête, N'Djamena, 2012

A partir de ce tableau, on remarque que dix des quartiers sont fortement couverts. Il s'agit des quartiers : Moursal, Chagoua, Paris-Congo, Abena, Walia, Dembé, Kabalaye, Farcha, Amtoukoui Ardep-Djoumal. Dans ces 10 quartiers où il y a un nombre élevé de bars sont tous des zones habitées par les sudistes, chrétiens ou animistes. Avec ses 164 bars, le quartier Moursal tient le haut du classement [95% de la population est sudiste].

Tableau 40: nombre de bars recensés par arrondissements.

Arrondissements	Habitants	Poids relatif	Nombre de bars
1er arrondissement	77817	7,8	36
2 eme arrondissement	67983	6,8	11
3 eme arrondissement	41305	4,1	51
4 eme arrondissement	75096	7,5	1
5 eme arrondissement	103019	10,3	8
6 eme arrondissement	47420	4,7	180
7 eme arrondissement	230905	23,2	158
8 eme arrondissement	189916	19,1	2
9 eme arrondissement	78241	7,8	54
10 eme arrondissement	81790	8,2	0
Total N'Djamena	**993 492**	**100**	**501**

Source : Enquête, N'Djamena, 2012

De cette répartition, il ressort que les bars sont nombreux dans deux arrondissements qui sont fortement habités par les sudistes Sara [65%] [127] et Banana [30%] :

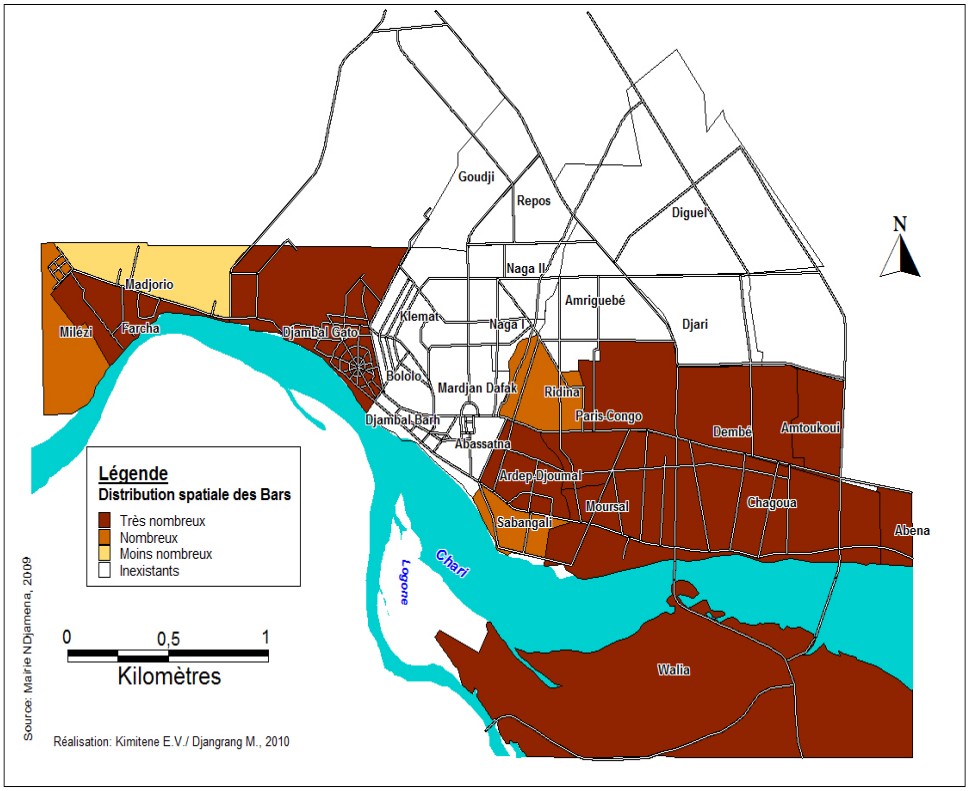
- Sixième arrondissement : 180
- Septième arrondissement : 158

[127]. Depuis une vingtaine d'années, des femmes en majorité Sara, appelées *Mosso* se sont lancées dans les secteurs délaissés par les musulmans [ouverture de bars proposant de l'alcool].

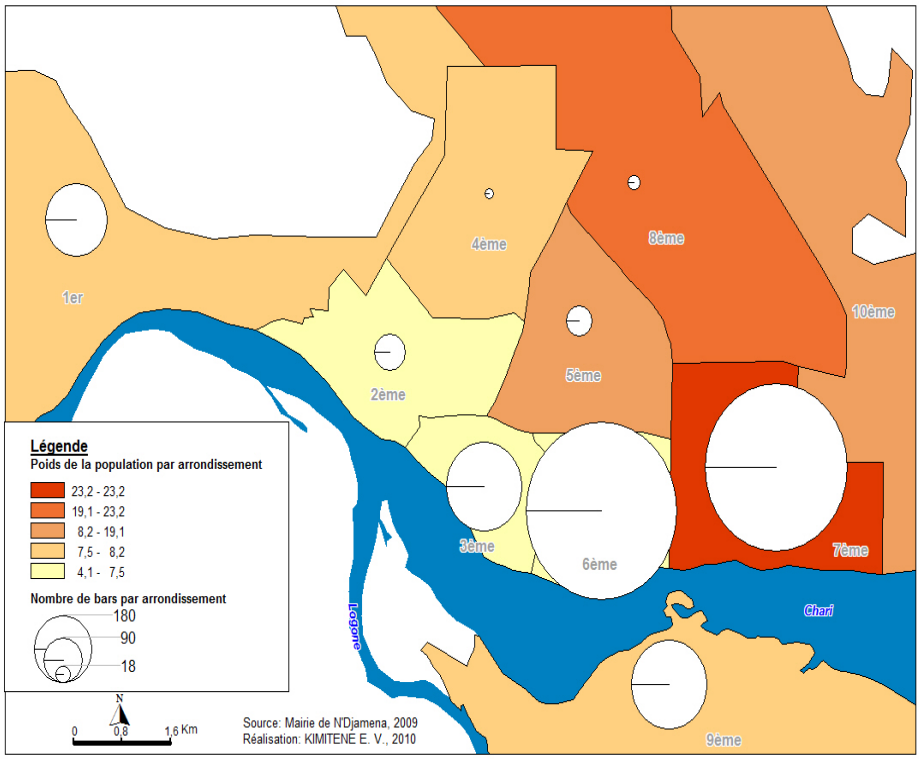
Tableau 41 : quartiers les plus couverts de bar à N'Djamena.

Quartiers	**Nombre de bars**
Moursal	164
Chagoua	58
Abena	38
Walia	36
Dembé	26
Kabalaye	22
Farcha	22
Amtoukoui	20
Paris-Congo	16
Ardep-Djoumal	16

Carte 19: implantation des bars dans les quartiers.



Carte 20: le nombre des bars et le poids de la population [%] par arrondissement



Après le 6eme et 7eme arrondissement, trois autres arrondissements enregistrent un nombre important de bars : le 9eme [58 bars dont le quartier Walia, à lui seul, détient le même nombre de bars que le 1er [36 bars, soit 22 bars pour le seul quartier Farcha] et le 3eme [51 bars dont 22 bars le seul quartier Kabalaye et 16 bars pour le quartier Ardep-Djoumal]. Malgré sa position périphérique, le 9eme arrondissement est de plus en plus peuplés surtout son quartier Walia qui bénéficie d'une proximité avec la ville camerounaise de Kousseri liée au pont. Quant aux 2eme [11 bars] et 5eme [8 bars] arrondissements, la présence des bars est discrète. Par contre, les autres arrondissements tels que les 4eme [1 bar seulement] 8eme [2 bars]. Et enfin au 10eme aucun bar n'y existe. En partant de ces graphiques et tableaux ci-dessus, un constat est que dans certains arrondissements les bars y sont bien implantés. Ce qui amène donc à poser la question, pourquoi les bars sont autant concentrés dans ces quartiers plutôt qu'ailleurs ? Les réponses sont multiples et sont à rechercher dans l'histoire culturelle et économique des habitants de ces quartiers.

Du point de vue culturel, il est un fait que traditionnellement dans les villages au sud Tchad, les divers groupes de populations ont toujours associé la pratique de l'alcool aux circonstances de la vie : mariage, naissance, initiation… La consommation et commercialisation d'alcool font partie de la vie de tous ces groupes humains, quelles que soit les régions. Des terres Banna du Mayo-Kebbi et de Tandjilé aux contrées Sara des Logones et du Chari, *l'alcool, c'est la vie,* déclare un vieux Mouroum habitant Sabangali. Pour chercher à draguer une femme, c'est encore autour d'alcool et dans un bar ou cabaret qu'il est facile d'en trouver. C'est autour d'alcool que les hommes se passent les confidences. Les « *vraies amitiés, c'est encore autour d'un verre qu'elles se tissent* », nous répétaient sans cesse les consommateurs que nous avons enquêtés. Outre, ces aspects purement socio-culturels que nous venons de mentionner, le commerce de bar est avant out une activité économique pour de nombreuses populations sudistes. C'est pourquoi, on serait tenté de dire finalement qu'aux populations du sud, il est attaché l'alcool malgré les prédications chrétiennes qui l'interdisent formellement. Une nuance doit toutefois être donnée sur ce plan. Ce ne sont pas toutes les ethnies qui sont intrinsèquement liées à la pratique des bars. Car, par exemple, les populations fortement christianisées comme les Kim ont de la pudeur pour cette pratique. A N'Djamena, il est donc rare de rencontrer un Kim, moins encore une femme, de faire le commerce d'alcool ou de bar. Car, c'est mal vu par la « communauté ».

La pratique de l'alcool est avant tout une activité économique qui rapporte de l'argent aux commerçants[es]. Déjà, dans les villages, le commerce d'alcool dans les débits de boissons représente un part intéressant d'actifs [25 % de personnes dont 1/3 de femmes s'adonnent à cette activité très lucrative]. Ceci s'est trouvé renforcé par les autorités coloniales qui ont implanté une unité de production industrielle d'alcool, la BGT au sud du Tchad [à Moundou]. Avec des points de dépôt dans presque toutes villes méridionales : Sarh, Doba, Koumra, Kélo, Lai, Bongor, Pala pour ne citer les plus grandes, cette société va en même temps encourager, une légitimation en quelque sorte, de la consommation d'alcool et développer ainsi le commerce des bières qu'elle produit. Les débits de boisson dont les bars sont devenus pour ces populations du sud, les lieux privilégiés de divertissement et de rencontre amoureuse.

Au Tchad, l'on tend à faire croire que les préceptes islamiques interdisent aux musulmans de boire et, plus encore, de commercialiser l'alcool. Est-ce la raison principale pour expliquer le peu d'intérêt accordé au commerce d'alcool ? En théorie, oui. Mais dans la pratique, les bars de N'Djamena sont bondés la nuit des jeunes musulmans qui y consomment sans modération. C'est juste par pudeur que les musulmans ne veulent pas s'afficher à travers ce type de commerce. En tout cas, les populations musulmanes à N'Djamena comme dans les régions n'ont pas développé un attrait pour le commerce de bars. Même dans leurs régions d'origine, il est impossible pour un musulman d'ouvrir un débit de boisson alcoolisé, de peur de se voir indexer ou agresser. Car, ce genre d'activité est considérée « haram », impure au regard des lois islamiques. C'est ce qui explique la faible implantation des bars dans les arrondissements où les musulmans sont majoritaires. Dans certains de ces quartiers, il est presque nul de voir un sudiste chrétien s'y établir. Plus loin, nous reviendrons davantage sur la position du christianisme et de l'islam à propos du commerce de bar et d'alcool au Tchad.

d) Appartenance ethnique des gérants de bars

Il est un fait, le gérant peut être soit le propriétaire soit un employé qui assure la gestion commerciale et administrative du bar. Dans les enquêtes réalisées auprès des gérants des bars, il apparait donc clairement que l'appartenance ethnique de ces derniers est frappante. Déjà, par sa tenue vestimentaire ou son accent français et même arabe, le barman s'affirme. Même au sein des deux groupes sudistes [Sara et Banana], certaines ethnies dominent le secteur plus que d'autres.

En remontant la filière dans un passé lointain, les premiers commerçants des bars étaient des anciens employés des blancs ou libanais avant l'indépendance du Tchad. Ceci est d'autant plus vérifié dans la mesure où les premiers groupes indigènes utilisés étaient des sudistes, en l'occurrence les Sara. Ce sont ces derniers qui furent scolarisés en premier et ceci pour servir en français. C'est le cas par exemple des Mouroum et Ngambaye.

Les populations Sara arrivées premièrement à NDjamena étaient composées des petits employés saisonniers. Ils travaillaient comme employés domestiques ou de service, dont les petits services de bars : plongeurs, gardiens, serveurs… Après le départ des étrangers européens dans les années 1960, les anciens employés des blancs créèrent leurs propres bars. Les premiers bars gérés par les sudistes sont le King Club, le Calao. Après la guerre civile de 1979, d'autres bars plus modernes virent le jour : Le Disco, Le Désert, La Foret, Le Cosmos, Oxygène, Aurora…

Au nombre d'une dizaine en 1980, on compte officiellement aujourd'hui 501 bars dont la majorité est tenue par des sudistes Sar et Banana. Sur les 501 bars recensés à N'Djamena, les groupes Sara et Banana sont dominants, dont les proportions sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Tableau 42 : l'appartenance ethnique des gérants de bars

Groupes ethniques		Nombre en %
Sara	Mouroum	35,3%
	Mbay	12%
	Ngambay	8%
	Kaba	4%
	Madjingay	2%
	Gor	3%
	Mango	1,5%
	Autres Sara	4,7%
Ensemble Sara		**70,5 %**
Banana	Toupouri	15%
	Kabalay	5,0%
	Moundang	3,0%
	Marba	2,0%
	Massa	1,0%
	Nantchéré	1,0%
	Karo	0,5%
	Autres Banana	**1,0%**
Ensemble Banana		**28,5 %**
Etrangers		**1,0 %**
Total N'Djamena		**100%**

Source : enquête de terrain de 2011 et 2012

Les groupes ethniques Sara détiennent 70,5% avec les Mouroum qui arrivent en tête avec 35,3% suivis des Mbay [12%] et Ngambay [8%]. Les groupes Banana occupent 28,5% dont les Toupouri sont majoritaires [15%] suivis des Kabalay [5,0% et Moundang [3,0%]. Si l'on totalise les deux groupes [99%], une petite proportion est gérée par les tiers étrangers [Européens, Ouest-africains, Centrafricains, Camerounais, etc.]. Aussi, le constat de terrain montre qu'aucun groupe du nord ou musulman ne s'intéresse au commerce de bars.

Si les bars sont gérés en majorité par les groupes ethniques du sud, toutes les ethnies du Tchad, musulmans ou chrétiens, se rendent dans ces différents bars pour y consommer divers types de boissons [en particulier l'alcool], et chercher une âme-sœur pour la soirée. Chaque jour, surtout les week-ends, le chiffre de fréquentation des bars est très élevé [en moyenne 1025 consommateurs, tous les bars confondus]. La Plantation est le bar qui enregistre de plus de clients, dont le pic se situe entre tous les dimanches et le premier jour de l'an : entre 1200 à 1500 clients[128].

Photo 19: entrée du bar "Plantation" à Walia.



[128] Dans la ville de N'Djamena, on est frappé de constater une prolifération déloyale des bars qui évoluent exponentiellement :"inflation de lieux de vente d'alcools", comme le souligne Frédéric Mékondo, journaliste tchadien, dans Tchad&Culture, n°234, Février 2005

L'étude des bars ne peut donc s'opérer isolément du commerce de l'alcool, car qui dit bar, dit alcool. Les pratiques des bars au Tchad, en particulier à N'Djamena sont caractérisées par la commercialisation et la consommation des boissons, le plus souvent alcoolisées. Si ce commerce est dominé par les groupes ethniques sudistes chrétiens et/ou animistes, est-ce pour autant que les faits religieux y sont sous-jacents ? La raison est plus ou moins non. Elle est peut être positive dans la mesure où la religion chrétienne semble être plus tolérante. Au Tchad, de nombreux analystes, en particulier musulmans, seraient amenés à lier le commerce de bars et le christianisme, quand bien même ceux-là notent qu'un nombre important de musulmans sont consommateurs d'alcool dans ces bars.

Plutôt, le commerce des bars est le fait conjugué de plusieurs facteurs : culturel, économique [comme ci-dessus montré], religieux et géopolitique. Pour clarifier la question, il vaut mieux davantage revenir sur les dimensions géopolitiques et religieuses de l'alcool au Tchad.

Photo 20 : Le Rex Night Club à Moursal.



Ici, il s'agit de dégager les données relatives à la commercialisation et à la consommation de l'alcool au Tchad selon les religions musulmane et chrétienne. Avant cela, il convient de donner quelques statistiques sur le nombre des adeptes de ces deux religions. Le tableau-ci-dessous, grâce aux sources de l'Inseed 2009 et les organisations religieuses, a été élaboré suivant les zones géographiques d'origine des groupes ethniques.

Tableau 43 : groupes ethniques et religions au Tchad.

Groupes Ethniques	Régions	Chrétiens	Animistes	Musulmans
Sara	Moyen-Chari	62,2%	10,4%	27%
	Mandoul	76%	9,3%	8,3%
	Logone Occidental	91,3%	5,4%	4,2%
	Logone Oriental	90%	7,5%	6,1%
Ensemble		79,8%	8,1%	11,4%
Banana	Tandjilé	84,3	11,7%	3,3%
	Mayo-Kebbi	51.4%	44.5%	3,7%
Ensemble		67,8%	24,1%	7%
	N'Djamena	**27,9%**	**0,4%**	**70,7%**
Zones	Sudistes	75,86%	9,96%	19,1%
	Nordistes	0,6%	1,3 %	78,1%
	Etranger	2,3%	0,2%	3,2%
TCHAD		**37,6%**	**4,0%**	**58,4%**

Source : Enquête de terrain, 2011.

L'analyse qui suit prendra en compte en même temps des dimensions culturelles [pratiques coutumières] et géopolitiques [Nord-Sud]. De plus, afin de clarifier les jugements hâtifs au Tchad [préjugés selon lesquels les chrétiens seraient plus alcoolo-consommateurs et les musulmans abstèmes], nous étudierons la positon des deux religions [christianisme et islam] sur l'alcool. D'abord, celle du christianisme, puis celle de l'islam.

Si le vin tient une place particulière dans le christianisme dans sa représentation symbolique du sang de Jésus Christ [de même que le pain représente son corps], cela ne signifie pas pour autant que sa consommation en dehors des cadres religieux soit un fait

chrétien. Il est seulement un élément de cérémonie et de symbolique et des passages bibliques le mentionnent clairement : son rôle dans les Évangiles au moment des *Noces de Cana* [nom de ville de Galilée où Jésus changea l'eau en vin]. Dans les Évangiles, la vigne est utilisée aussi comme une métaphore du Royaume des Cieux par Jésus : " Moi, je suis la vigne véritable et mon Père est le vigneron" [Jean, 15, 1] : voir aussi la parabole des ouvriers envoyés à la vigne [Matthieu, 20,1-16].

Il est vrai que l'alcool participe à certaines évocations dans les messes catholiques. Le vin, généralement blanc, devient le sang du Christ dans la consécration opérée lors de la messe célébrée par un prêtre catholique, peu avant la communion ou le sacrement d'eucharistie [la transsubstantiation]. L'usage du vin pendant l'Eucharistie est strictement religieux, ainsi que la fonction qui lui est dédiée. Mais la consommation d'alcool dans le but de s'enivrer reste toutefois prohibée par de nombreuses églises chrétiennes, même si le catholicisme manifeste peu d'austérité à l'égard des consommateurs. Au Tchad certaines confessions chrétiennes évangéliques et adventistes, proscrivent aux fidèles la production, la vente et la consommation des boissons alcoolisées. Autrefois, un fidèle était excommunié s'il se rendait coupable d'ivresse que la loi biblique proscrit. Les passages bibliques sont là pour rendre compte de cette ambivalence à l'égard de l'alcool: plusieurs versets encouragent les gens à se tenir éloignés de l'alcool [Lévitiques 10:9; Nombres 6:3; Deutéronome 14:26; 29:6; Juges 13:4, 7,14; 1 Samuel 1 :15 ; Proverbes 20:1; 31:4,6; Isaïe 5:11,22; 24:9; 28:7; 29:9; 56:12; Michée 2:11; Luc 1:15]. Cependant, les Ecritures Saintes n'interdisent formellement pas à un chrétien de boire de la bière, du vin ou une autre boisson contenant de l'alcool. Il est conseillé aux Chrétiens d'éviter l'ivresse (Éphésiens 5:18). La Bible condamne l'ivresse et ses effets [Proverbes 23:29-35]. Il est demandé aussi aux chrétiens de ne pas permettre à leurs corps d'être "envahi" par quoi que ce soit [1 Corinthiens 6:12; 2 Pierre 2 :19]. Les Ecritures Saintes sont formelles sur ce qui pourrait amener à offenser les autres ou qui pourrait encourager à pécher contre leur conscience [1 Corinthiens 8:9-13). A la lumière de ces principes, il n'est pas permis aux chrétiens d'abuser de l'alcool sous prétexte de rendre gloire à Dieu [1 Corinthiens 10:31]. La bible dit que Jésus a changé de l'eau en vin, est-ce pour autant qu'il l'a probablement bu ? Même dans l'hypothèse qu'il l'aurait occasionnellement bu [Jean 2:1-11; Matthieu 26:29], faut-il encore situer les choses dans leur contexte. Dans quel but, Jésus aurait-il transformé l'eau en vin ? Et à quel dessein, l'aurait-il bu ? Des analogies doivent être

faites avec prudence, dans la mesure où l'usage de l'alcool aujourd'hui a pour but de s'émerveiller, se saouler ou s'enivrer...

L'homme est de nature complexe : il tire la ficelle de son côté, allant vers des interprétations hâtives pour légitimer ses actes. De nombreux chrétiens s'adonnent à l'alcool en faisant faussement référence à la Bible ou à quelques passages sans rapport avec l'exégèse des textes ainsi que leur contexte. Ainsi, de nombreux chrétiens légitiment la consommation d'alcool par certains passages bibliques [comme par exemple, 1 Timothée 5:23 où Paul conseillait à Timothée, pour atténuer ses problèmes d'estomac, de boire du vin). Le mot grec pour le vin dans la Bible est le mot utilisé simplement au quotidien pour le vin. A cette époque, le vin était fermenté, mais pas au degré qu'il l'est aujourd'hui. Il est incorrect de dire que c'était du jus de raisin, mais il est aussi incorrect de dire que c'était la même chose que le vin que nous buvons aujourd'hui. En résumé, si les Ecritures Saintes n'interdisent pas absolument aux chrétiens de boire de la bière, du vin ou une autre boisson alcoolisée, elles interdisent catégoriquement l'ivresse et surtout le penchant d'un chrétien pour l'alcool [Éphésiens 5:18; 1 Corinthiens 6:12]. Dans cette situation d'ambigüité, la place est laissée aux interprétations diverses parfois personnelles et toutes pour justifier les pratiques injustes. Au Tchad, ce flou sur l'usage de l'alcool n'est pas propre au seul christianisme, l'islam s'y retrouve. Et de plus en plus, de nombreux musulmans s'adonnent à l'alcoolisme. Quelle est donc la position de l'islam sur la question ? Pour ainsi répondre, il faut remonter aux textes coraniques et faire quelques rappels historiques de l'islam, ce qui pourrait éclairer les pages qui suivront.

L'interdiction, stricto sensu, de la consommation d'alcool par l'islam, parce qu'il affaiblirait la conscience du croyant, est un consensus unanime des théologiens musulmans. Cependant, cela n'a pas empêché que des habitants vivant dans des pays à majorité musulmane aient produit et produisent encore des boissons alcoolisées, comme le *raki* en Turquie, la *boukha* en Tunisie, le *vin* au Maroc et en Algérie. Dans le Coran, Livre Saint considéré comme le code musulman que le prophète de l'islam, Mahomet, proposa comme règle de vie à ses disciples, à partir de 610, seules six sourates font mention du vin [*khamri*] ou de la vigne [*nabi*]. Un seul prohibe son usage aux croyants, c'est-à-dire musulmans. Le vin y est donc proscrit aux croyants au même titre que les jeux de hasard et les pierres divinatoires : " Ô vous qui croyez, sachez que le vin, les jeux de hasard, les

pierres dressées et les flèches divinatoires sont une abomination et une œuvre du démon. Évitez-les. Peut-être serez-vous bienheureux "[129].

Mais, dans le Coran, quelques passages font cependant référence au vin comme la bible laissant possible les interprétations légitimatrices. Deux textes rapportent la position du Prophète Mohamet sur le vin qui peut être un grand bien et un mal :

"S'ils t'interrogent sur le vin et les jeux de hasard ; réponds-leur qu'ils comportent tous deux une grande souillure, mais aussi des bienfaits pour les hommes. Cependant leurs méfaits sont supérieurs à leurs bienfaits " [sourate II, 219] ;
" Et des fruits des palmiers et des vignes, vous tirerez une boisson enivrante et un grand bien. Il y a en cela des signes pour un peuple qui réfléchit " [sourate XVI, 67].

Contrairement aux idées reçues, l'alcool n'a pas toujours été interdit par l'islam et les théories à ce sujet ont souvent varié. Le verset " Des fruits des vignes et des palmiers, vous prélevez ce qui enivre" [Coran, 16, 67)] fait l'objet de nombreuses interprétations. Si l'on tient compte de la période [une période étalée sur une vingtaine d'années, très approximativement] à laquelle le Coran a été révélé au prophète Mahomet, sur cette période, l'interdiction de l'alcool par le prophète est–elle liée au contexte d'alors marqué par les mauvais comportements des gens sous l'effet de l'alcool [du moins du vin]. Les deux postions semblent relever plus des pratiques coutumières que celles véritablement prescrites par les textes sacrés [Bible, Coran…].Certes, les dimensions culturelle, économique et religieuse [comme précédemment évoqué] ont contribué à développer le commerce de bars chez les populations Sara et Banana. Mais les facteurs géopolitiques du Tchad sont tout aussi importants pour expliquer ce type de commerce.

e) Les pratiques de bar

Le fait que les sudistes chrétiens et/ou animistes soient les seuls à pratiquer le commerce des bars est à la fois lié à la tolérance chrétienne et aussi à la réprobation musulmane.

Au Tchad, les longues années de guerre civile portent au pouvoir les groupes musulmans et nordistes favorables aux prédications islamiques et réprobateurs de l'alcool [monde arabe]. Les régimes sudistes chrétiens [proches de l'occident] ont favorisé l'expansion de la consommation des alcools distillés et fermentés. La cristallisation bipolaire des clivages

[129] Sourate V, 30.

ethniques forme deux blocs distincts – nordiste et sudiste – elle est largement instrumentalisée par les hommes politiques, notamment les nordistes musulmans [Hissène Habré], en s'appuyant sur l'islam. En 1990, Idriss Deby arrive au pouvoir avec le soutien de Hassane Tourabi du Soudan, un radical de l'Islam qui ouvre le Tchad vers les Etats islamiques du Golfe [Arabie Saoudite et son wahhabisme radical]. Ceci aura pour conséquence, une certaine radicalisation de l'islam au Tchad. Ces années de pouvoir des nordistes vont occasionner une forte pression sociale sur les musulmans en leur infligeant une certaine restriction aux pratiques mécréantes [dont la consommation d'alcool]. Pour les musulmans, le commerce de bar est considéré comme une pratique impure et donc proscrite.

Ainsi à N'Djamena, la production, la commercialisation et la consommation d'alcool, qu'il soit artisanal ou industriel, sont laissées aux seules populations sudistes [chrétiennes ou non] et autres minorités étrangères. La réprobation islamique qui pèse actuellement sur l'alcool *au* Tchad est renforcée par les mouvements fondamentalistes venus de l'orient dans les années 1990. Ces prédications islamistes [avec les pressions morales] sont très restrictives et ne permettent pas aujourd'hui aux musulmans de consommer de l'alcool, ni de faire le commerce des bars. D'autant que ces pressions islamistes par rapport à la consommation d'alcool ou au commerce des bars sont plus fortes dans les milieux urbains que dans les campagnes. Dans le même sens, les grands centres urbains tels que N'Djamena sont considérés par les musulmans nordistes comme un champ de confrontation idéologique entre chrétiens et musulmans d'une part, et entre l'occident et l'orient d'autre part. Cette double confrontation est attachée au commerce de bar au-delà de l'idée d'une pratique impie des sudistes chrétiens, bien que de nombreux nordistes musulmans parcourent la nuit, en cachette, ces mêmes bars pour y boire de l'alcool. C'est une situation ambivalente qui se mêle d'amalgame. Si les musulmans sont amenés à vouloir réprimer les pratiques liées à l'alcool par évocation du Coran, et c'est le cas, c'est juste pour éviter d'être mal vus par la communauté. Mais ce commerce va finalement être posé au centre des enjeux géopolitiques : le sempiternel conflit Nord-Sud ou chrétiens-musulmans. Dès lors, les antagonismes géographiques, idéologiques surgissent autour de la question des bars. Pour peu de choses au Tchad, les musulmans nordistes s'en prennent aux bars. Ainsi, le 21 juin 1993 des musulmans ont saccagé l'Hôtel des Chasses au motif que son gérant était un musulman et qu'il n'aurait pas dû laisser les gens y consommer de l'alcool. Ensuite, ils sont aussi allés dans les Brasseries du Logone où la maison du

directeur [européen] a été pillée. A Laï, en 1994, ils ont provoqué la fermeture d'un bar qui existait depuis 1939 au motif qu'il était situé à proximité d'une mosquée, construite plus récemment [Buijtenhuis, 1995 : 25-26]. L'analyse a donc pour but de comprendre, par lecture, que ces lignes idéologiques tchadiennes dépassent le seul cadre religieux et s'inscrivent dans un contexte géopolitique. Ce n'est plus une affaire de religions, mais de régions : entre Nord et Sud. Car, il existe de part et d'autre, des minorités religieuses. Les musulmans sudistes n'interviennent jamais dans cette hostilité au commerce de bars. Mais, les provocations se multiplient : « si les musulmans et autres nordistes sont choqués par notre commerce de bars, plus nous [les sudistes] allons créer davantage », confiait un barman rencontré à Moursal.

« A l'inverse des musulmans nordistes, les nombreux musulmans sudistes et surtout ceux de N'Djamena sont ulcérés par les tartufferies teintées de discours idéologiques puritanistes de certains musulmans, bien heureux de trouver dans les bars de Moursal et autres quartiers sara des lieux discrets de distraction et de libation nocturne » [Magrin, 2005 : 522]. Ainsi, pour les sudistes citadins, les bars ont remplacé les libations collectives à l'occasion des fêtes religieuses ou lors des marchés hebdomadaires et autres aires de boissons artisanales fermentées ou distillées propres aux campagnes. Un peu plus haut, nous avions déjà dit pourquoi les groupes Sara et Banana dominaient le secteur des bars. Mais, ici, il faut simplement ajouter l'expansion des bars à N'Djamena s'insère dans ce schéma géopolitique marqué avec l'arrivée au pouvoir de Goukouni, Habré et Deby Itno, tournant important pour les groupes ethniques du nord. Ce fut donc une nouvelle ère nordiste : tous les secteurs de l'économie [y compris le commerce] sont aux mains des nordistes musulmans. Sauf, quelques filières commerciales, plus souvent marginales, sont laissés [pour ne pas dire abandonnés] aux sudistes parce qu'ils s'apparentent aux pratiques païennes [tel le commerce de bars]. Les rares sudistes qui excellent encore dans les affaires juteuses [import-export] sont soit mécènes du regime ou soit nouveau islamisés. Ou alors, des rentes colossales leur sont demandées. C'est par exemple le cas de certains commerçants sudistes qui, pour garder leurs affaires sont obligés de se consolider en monnayant les services publics ou adhérer au MPS [parti au pouvoir depuis 1990]. D'autres n'ayant pas assez de marge se contentent de petits commerces, informels en général. De nombreux sudistes trouvent dans le commerce de bars – domaine délaissé par les véreux nordistes – un secteur intéressant pour prospérer en attendant « leur Temps ». Cette cristallisation binaire fracture de plus en plus les maintes tentatives de construire un

Etat-nation apaisé, Comme écrivait Robert Buijtenhuijs : « une telle conjoncture comporte de dangers »[130].

[130] BUIJTENHUIJS, R. [1987]. *Le Frolinat et les guerres civiles du Tchad [1977-1984]*, Paris, Karthala, p. 297.

CONCLUSION GENERALE

Voilà présentés les différents secteurs que nous avions étudiés sous le registre du commerce ethnique. Certains ont été plus détaillés que d'autres et, en fonction de ce qu'ils représentent dans ce processus d'ethnicisation. Une classification méthodique permet de les cataloguer dans deux thématiques plus ou moins différentes : informel et formel. De par leur nature et les modalités de leur création, deux situations peuvent être proposées.

Tableau 44 : différents processus ethnicisation du commerce à N'Djamena.

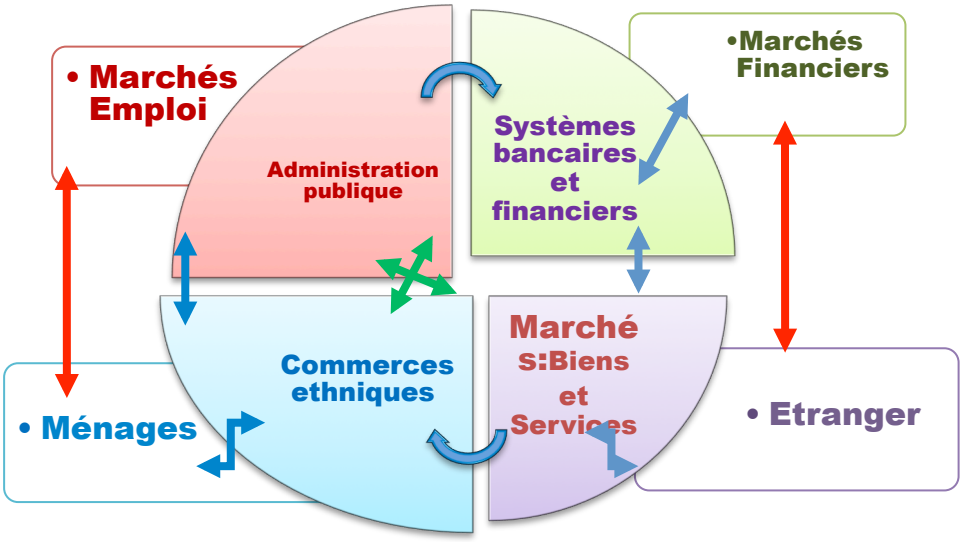
Processus d'ethnicisation	
appropriation du secteur par captation	appropriation du secteur par généralisation productorale.
Commerce de bars. Commerce d'épiceries. Commerce de friperies. Commerce de quincailleries.	Commerce de lait. Commerce de légumes. Commerce poissons.
C'est une mutation sociale [on veut changer l'économie] : ici, certains individus créent une activité nouvelle ou d'autres rachètent un secteur en liquidation.	C'est une mobilité sociale : ici, les producteurs ruraux assurent et généralisent la vente de leurs produits à N'Djamena en modernisant le circuit.

Commerce ethnique	Indice d'ethnicité	Ethnicisation du commerce	Indice d'ethnicité
lait légumes Poissons frais	28,9 % par les Arabes 42 % par les Toupouri 72 % par les Kim	Bars Epiceries Friperies Quincailleries	70,5 % par les Sara 95 % par les Ouaddaïens 92 % par les Kanembou 93 % par les Goranes
C'est une mobilité verticale Ici, les producteurs ruraux assurent et généralisent la vente de leurs produits à N'Djamena en modernisant le circuit		**C'est une mobilité horizontale** Ici, certains individus créent une activité nouvelle ou d'autres rachètent un secteur en liquidation.	
appropriation de l'espace par généralisation		appropriation de l'espace par captation	

Par ailleurs, l'on ne saurait terminer ces parties sur le commerce ethnique, sans faire un lien avec l'économie nationale en retour sur les premiers chapitres. Ce sont les relations macroéconomiques induites par la pratique du commerce ethnique que nous venons de décrire. En dépit donc de leur caractère dangereux pour une économie nationale consolidée, les différents secteurs étudiés participent à l'économie nationale.

Les analyses macroéconomiques [à partir des données de 2011] montrent que la croissance économique du Tchad, en fait, tient compte des relations existantes entre les grands agrégats économiques : les revenus, les investissements, la consommation, l'emploi, les flux étrangers, etc. Ainsi, le commerce intérieur y joue un rôle important. L'étude des différentes branches du commerce ethnique à N'Djamena a permis d'établir leurs articulations macroéconomiques avec l'économie nationale.

Figure 14 : modélisation des relations macroéconomique du commerce ethnique



Sans entrer dans les détails, quelques chiffres sont révélateurs : des amendes 11 050 000 francs Fcfa ont été recouvrées par les services publics sur les 1909 branches étudiées. En sus des autorisations administratives d'exercice commercial en 2009, le trésor devrait encaisser 121 408 000 francs CFA contre 99 032 500 francs CFA de recettes en 2008. D'après les mêmes chiffres communiqués par la Direction Générale des Impôts, les recettes administratives et fiscales de 2009 étaient chiffrées à hauteur de 205 687 500 francs FCFA en ce qui concerne les quincailleries, épiceries ouaddaiennes, ainsi les bars.

En dépit des clivages ethniques, des relations de complémentarité économique et sociale existent entre les populations tchadiennes et ces différentes branches commerciales [ethnicisées]. Cette complémentarité se traduit sur le plan macroéconomique par des liens interchangeables. C'est –à-dire, entre les biens et consommations, il y a le service et la satisfaction sociale [ménages, services publics] par le produit et l'emploi. Par-delà, leur caractère identitaire, ces commerces ethniques s'insèrent par le marché - lieu concret de l'échange et d'interactions - dans l'espace économique plus vaste comme rouage du dispositif commercial d'ensemble"[131]. Cet ensemble complexe englobe à la fois le monde de finances, les institutions de l'Etat, les ménages et commerçants. C'est justement ce

[131] DE LA PRADELLE, M. op. cit, p.93.

mélange d'acteurs aux intérêts divers que le commerce trouve sa place dans l'économie nationale.

Au terme de cette étude, il ressort que le commerce ethnique, dans ses diverses formes, est un phénomène de plus en plus récurrent au Tchad. Et, en particulier, la ville de N'Djamena en offre un exemple typique. Mais avant l'indépendance du Tchad en 1960, à l'origine, il était pratiqué par les paysans producteurs qui venaient vendre les produits agricoles, d'élevage, de pèche. Avec le développement rapide des villes marquées par les fortes demandes de consommation, le commerce s'est considérablement accru. De nouveaux groupes ethniques s'y sont mis et aidés par les facteurs politiques et économiques inscrits dans le contexte général de la géopolitique tchadienne.

Depuis les trois dernières décennies, tous les secteurs économiques sont marqués par de nombreux conflits sociaux liés au dysfonctionnement de l'appareil étatique. Ainsi, plusieurs branches commerciales sont de plus en plus spécialisées par des groupes ethniques. La présente étude a porté sur les principaux et les mieux organisés. Sur l'ensemble de ces branches, quatre relèvent du domaine informel [le commerce de fripes, le commerce de lait caillé et frais, la vente de légumes frais et le commerce de poissons frais] et trois du secteur formel [bars, épiceries et quincailleries].

Etudier ces réseaux marchands, c'est évidemment les envisager dans les diverses dimensions comme facteurs, liens et espace de circulation. Il y a des réseaux officieux comme mafieux ou occultes qui vont alimenter tant au niveau intra-national qu'au niveau extra-national, le commerce ethnique dont il est question ici. Les avatars de la politique et les vicissitudes de l'histoire ont fait de N'Djamena, un espace marchand dont les frontières réelles entre les groupes ethniques - accentuées par les facteurs démographique et économique – traduisent des réalités singulièrement anthropologiques.

Suite à l'exode rural causé par les longues années de sécheresse, l'insécurité due aux incessantes rebellions et le fait urbain qui attire, la population de N'Djamena a doublé et compte aujourd'hui plus de 993 492 habitants [RPH2, 2009] faisant de la ville le pôle économique majeur du pays. Au travers du commerce et des services, et grâce à sa situation géographique qui la place sur les rives du Chari, du Logone et du Cameroun, la ville se place au cœur des enjeux politique, économique et géopolitique.

N'Djamena est la grande métropole tchadienne, les activités commerciales y sont diversifiées et ont intégré le fait urbain[132], depuis quelques années. D'une part, les guerres civiles qui y sévissent de 1979 à 1980 ont fait fuir les commerçants étrangers, notamment les Européens, les Indiens, les Syriens, les Libanais et les Grecs, etc. D'autre part, au pouvoir depuis 1960, les Sara et Banana, plus bureaucrates et moins mercantilistes ont délaissé l'espace marchand n'djamenois au profit des groupes arabo-musulmans plus entreprenants: les Kanembou, Haoussa, Bornou, Arabes, Djallaba[133], etc. L'arrivée au pouvoir de Hissène Habré en 1982 et d'Idriss Deby en 1990 s'est accompagnée d'une vague de nouveaux commerçants plus puissants : les Kréda, les Daza, les Ouaddaïens et les Zaghawa. Il s'est alors constitué une bourgeoisie commerçante, mais en grande partie composée des commerçants nordistes musulmans [Arditi, 1990 : 466]. Car ces divers groupes de commerçants sont organisés pour la plupart dans les diasporas [situés généralement aux frontières des pays voisins comme le Soudan, la Libye, le Nigeria, le Cameroun, etc.].

Ville sahélienne située à la jonction entre le nord et le sud du Tchad, N'Djamena est à l'image de la diversité ethnique du pays. Ainsi, les différents marchés de N'Djamena [Central, Dembé, Mil, etc.] offrent au final un tableau complet des espaces marchands tchadiens très fortement marqués par ces divers groupes socio-ethniques qui entrent en concurrence, voire en conflit : progressivement le commerce y est polarisé et ethnicisé. Ainsi, les quincailleries restent aux mains des Kréda ; les boutiques de quartiers sont dominées par les Ouaddaïens et les bars sont laissés aux Sara et Banana. Comme mentionné plus haut, on remarque depuis ces dernières années, des groupes de femmes pour la plupart composés des Sara, appelées *Mosso, qui* se sont spécialisées dans le commerce de céréales et la vente de l'alcool dans les débits de boisson]. Les femmes Kim, à l'origine, organisées en réseaux familiaux et de façon informelle dans le commerce de poissons et de taro, se sont beaucoup orientées au cours des années 90 dans le commerce de pagne [les fameux Wax Hollandais] sur les axes Nigeria, Bénin, Togo, Mali, etc. Faut-il le rappeler, à N'Djamena, le commerce est développé dans les marchés. On compte aujourd'hui à N'Djamena une dizaine de marchés publics et de petits marchés dans les

[132] DESSE, R.-P.: op. cit, p.79.

[133] Appartenant à divers groupes ethniques islamisés et originaires de la vallée du Nil au nord de Khartoum, les Djallaba sont des commerçants itinérants qui arrivèrent au Tchad par le Darfour et le Ouaddaï.

quartiers, aux abords des grandes avenues : boutiques, quincailleries, chalands, et ventes à la sauvette, étals, etc.

Le contexte actuel du Tchad est très incitatif: l'exportation du pétrole de Doba en 2003, l'exploitation du pétrole de Rônier dans le Chari-Baguirmi et le gisement de ciment de Baoré au Mayo-Kebbi ont dynamisé l'économie générale. Le commerce est devenu un pôle attractif donc porteur de tension entre différents groupes qui s'y spécialisent. L'ethnicisation du commerce peut paraître à la fois comme source de revenus pour certains, une voie de s'affranchir et d'affirmer son d'identité [politique, ethnique, religieuse, régionaliste] pour d'autres, mais aussi, pour tous, une forme de sécurité. A chacun son champ. Ainsi, des groupes socioculturels tels que les Kréda, Zaghawa et autres Goranes ont acquis au fil du temps un certain prestige social, économique et même politique, de sorte à défier les pouvoirs publics. Si les commerçants Kanembou, Ouaddaïens et Arabes se montrent discrets, ils bénéficient de considération énorme tant dans les milieux économiques que politiques. Plus marginaux que privilégiés, les commerçants Sara et Banana, et bien qu'il y ait quelques protégés du régime, subsistent dans le commerce par des petites affaires locales et informelles. Le commerce de bars, seul domaine qu'ils monopolisent pour fait lié à l'alcool, leur laisse le choix de s'identifier comme tels : sudistes et chrétiens. Il faut, en effet, admettre que les différentes formes du commerce ethnique s'inscrivent dans un contexte de géopolitique marqué par tant d'années de guerres civiles opposant les populations les unes aux autres ; le nord et le sud, chrétiens et musulmans[134] :

Une analyse profonde permet de montrer que les crises naturelles et politiques des quarante dernières années ont fait que les paysans, pour survivre, ont muté à travers plusieurs stratégies: survie, reproduction sociale [y compris identitaire], production économique, identités régionales. Et une substitution de génération : à la génération des éleveurs ou des cultivateurs, souvent analphabètes, s'est substituée celle des bureaucrates et entrepreneurs [instruits et diplômés].

L'étude du commerce ethnique dans la ville de N'Djamena a permis d'établir des conclusions suivantes : du commerce ethnique - les échanges de biens et de services avec configurations ou origines ethniques - il résulte un mouvement interactif et une

[134] MAGRIN, G., op. cit. p.14

spécialisation commerciale de plus en plus croissants qui affectent les grandes villes tchadiennes. Depuis plus de trois décennies, le développement des spécialisations commerciales à N'Djamena s'explique par diverses formes de clivages ethniques qui se sont accrus dans les échanges et transactions: entre individus, entre organisations, ou entre individus et organisations, entre groupes sociaux tant sur le plan intra-régional que intra-national.

Ce travail met en exergue les faiblesses de l'Etat dans sa politique de développement. Une politique basée sur l'équilibre des régions [équilibrisme tchadien] qui favorise certains groupes de populations au détriment des autres. Malheureusement ou heureusement, cette vision met aux prises les groupes du nord et ceux du sud. Mais d'où provient cette dichotomie tchadienne ? Les réponses se trouvent certainement dans l'histoire du pays et dans l'image que ces populations se renvoient. Pour les groupes musulmans du Nord, le fait d'appartenir à la communauté des croyants [Uma] contribue à créer une identité culturelle, fondement d'un sentiment de supériorité à l'égard des chrétiens du Sud, qu'ils nomment *Kirdi* [mécréants]. Ce nord n'est pas homogène : y existent des rivalités séculaires et historiques entre les peuples. Si le sentiment de supériorité des nordistes est lié à l'islam, chez les sudistes, c'est la colonisation française et son école qui sont porteurs de valeurs supérieures.

En effet, la colonisation française bloque l'influence de l'islam au Tchad et met en valeur les régions du sud. Par l'école et le christianisme, elle va ainsi former une petite élite intellectuelle qui accède au pouvoir pendant l'indépendance du pays [Rabier, 1994]. De cette politique, est née au sud une conscience ethnique propre aux populations méridionales [le Tchad utile]. Avec son coton, symbole de cette identité sudiste, la Société cotonnière du Tchad joua un rôle politique entre les sudistes et les autorités françaises. Mais, le Sud ne forme pas non plus un bloc homogène : des divisions internes existent [entre Banana et Sara par exemple, entre Madjingay et Ngambay]. En conséquence de ces contradictions internes, les nordistes accèdent, eux aussi, au pouvoir [continu depuis 1980]. Très vite, des réseaux intra-nationaux vont se constituer et faciliter un accès aux ressources nationales [pétrole, coton, ciment, douanes, impôts] et aux groupes privilégiés. Tout en élargissant au-delà du territoire des réseaux laïques et religieux, avec diverses interférences islamiques, les groupes du nord se métamorphosent et se consolident dans tous les domaines.

Au-delà des dimensions économiques et sociales, les réseaux marchands actuels s'inscrivent au Tchad dans un contexte global de géopolitique tchadienne. Malheureusement, elle pèche par sa tendance équilibriste : nord musulman et sud chrétien. Le fait que les circuits et les réseaux marchands établis entre le Tchad et l'orient arabo-musulman soient aux mains des nordistes musulmans, est un facteur aggravant. Les commerçants Goranes, Kanembous, Arabes, Ouaddaïens [pour ne citer que les plus influents] développent et consolident leurs réseaux marchands dans un espace aussi bien national que transnational en s'appuyant sur les pouvoirs nordistes depuis 1979. A force de rechercher l'équilibre, cette "géopolitique tchadienne" finissent par déséquilibrer tout le système sociétal, et fragilisent les fractures socio-culturelles.

N'Djamena est une ville marchande où le formel et l'informel se côtoient. Des commerçants, en général ceux exerçant dans l'informel, se livrent parfois à une rude concurrence pour fidéliser leur clientèle. C'est le domaine dans lequel le pauvre va chercher ce qu'il ne peut se procurer dans le secteur formel [ordinateurs, imprimantes, pièces de véhicules, etc.].

Si, à l'origine le commerce fut une pratique rurale paysanne [les paysans étaient pour la plupart spécialisés dans un type de produit], aujourd'hui ce n'est plus le cas en ville. L'expansion du commerce ethnique dans les grands centres urbains et en particulier à N'Djamena, trouve ses explications dans le fait que ces villes sont devenues le lieu de manifestation des divers clivages ethniques, mais surtout le lieu où sont concentrés les réseaux marchands**.** L'ethnicisation du commerce par captation ou appropriation volontariste apparait aux yeux de nombreux observateurs comme dangereuse au regard des fortes tensions interethniques qu'elle suscite. On s'aperçoit évidemment que les forces concurrentielles générées par ce type de commerce se substituent aux rivalités historiques. Outre, les fonctions économiques et sociales, ce type de commerce se traduit par une méfiance entre les différents groupes ethniques qui s'y mêlent. Et de ce fait, il accentue la cristallisation du pays où ces communautés sont de plus en plus clivées, politisées. Plus ces groupes sociaux s'appuient sur des réseaux solidement ficelés tant avec le pouvoir qu'avec les religions, plus il y a de crispations. Plus certains de ces groupes, par ce truchement politique, s'enrichissent, plus ils deviennent puissants. Puissances aux arcanes d'une bourgeoisie commerçante, et de fait, les plus faibles sont mis l'écart, marginalisés.

L'ethnicisation du commerce à N'Djamena est un Processus phénoménal de spécialisation, c'est – à –dire d'appropriation et de captation des branches d'activités par

des groupes ethniques aux rhizomes régionaux [Retaillé, 2007 :17] qui aboutit à la monopolisation, c'est – à - dire, la quasi-domination dans l'activité commerciale donnée. Au Tchad et, en particulier à N'Djamena, les marchés sont pris comme un vaste ensemble d'espaces - économiques, sociaux, politiques, culturels- où les commerçants, évoluant en réseaux marchands, s'approprient ou captent une activité commerciale en s'appuyant sur leur groupe ethnique et qui entrent directement ou indirectement en concurrence avec les autres groupes ethniques du pays [des ethnies en collision ou heurts entre ethnies]. Dès lors, l'espace marchand tchadien, a travers l'exemple des marchés de N'Djamena, se déclinent en deux niveaux : localement à N'Djamena, les commerçants négocient leur fiscalité avec les structures étatiques et ; au niveau régional, ils s'appuient sur les réseaux régionaux et familiaux. Car, "les rapports spatiaux correspondent aux liens affectifs, fonctionnels et économiques, politiques et juridiques ou purement imaginaires que les individus et les groupes tissent avec les espaces géographiques où ils vivent, qu'ils parcourent ou qu'ils se représentent"[135].

L'étude de l'ethnicisation du commerce dans la ville de N'Djamena à la lumière des discours et représentations, et de la vie quotidienne des populations de N'Djamena au Tchad est une actualisation, dans le contexte tchadien, de l'anthropologie de l'espace marchand. Elle conduit à admettre que la montée de plus en plus affirmée des groupes ethniques détermine leur comportement ethnoéconomique qui trahit leurs affirmations identitaires [religieuses aussi !]. Ce travail a permis de montrer que les activités commerciales marquent les frontières entre les groupes ethniques qui s'appuient sur les pouvoirs publics et les réseaux marchands. Plus le communautarisme, les clivages ethniques, les idéologies politiques et religieuses [nord-sud ; musulmans-chrétiens] sont accentués, plus les activités s'ethnicisent. L'exemple de trois groupes étudiés est révélateur.

L'ethnicisation du commerce comme approche à l'espace[136] constitue aujourd'hui, un champ scientifique et d'investigation intéressant. Son utilité et son unité résideraient alors dans la manière dont elle érige l'espace en objet qualifié et dont elle dégage des spatialités propres à un ou plusieurs groupes sociaux. Et par cet objet, l'étude du commerce ethnique, considérée comme une démarche des socio-économistes, est aussi celle de géographes et

[135] DI MEO, G. ET BULEON, P. [2005]. *L'espace social. Lecture géographique des sociétés.* Paris, A. Colin.

[136] CHOAY, F. [2006]. *Pour une anthropologie de l'espace*, Paris, Seuil.

d'anthropologues[137] qui étudieraient l'espace marchand, non pas comme articulations économiques, mais dans ses formes socio-spatialisées [[Choay, 2006 :364], c'est-à-dire, qu'elle doit s'orienter vers une démarche pluridisciplinaire combinant la géographie, l'économie, la sociologie et l'anthropologie.

Au Tchad, les disparités naturelles existent entre les différentes régions: l'agriculture et l'élevage, les deux principaux secteurs économiques sont encore tributaires des conditions climatiques. Ce qui oblige donc certains groupes sociaux à muter pour s'adapter. Le développement urbain, avec ses pôles attractifs et son phénomène démographique, fait que la demande de biens de consommation s'accroit sans cesse. Le commerce qui consiste à échanger des produits entre les diverses catégories de populations, crée une circulation des marchandises d'une zone à une autre. Le commerce apparait donc comme secteur d'interaction des groupes qui s'y activent. Certains groupes ethniques régionaux, dictés par les logiques géographiques ou économiques, mutent et se spécialisent dans certains secteurs du commerce. D'autres diversifient ou généralisent leurs produits dont ils font leurs spécialités commerciales. Ainsi, par captation, ils s'approprient un espace dans le marché en faisant de cet espace une sorte d'arène où s'affrontent diverses logiques : logiques commerciales, logiques sociales, identitaires, réseaux familiaux, etc. Malheureusement ce commerce reste très dominé par les circuits informels devant l'Etat tchadien se montre peu coercitif [s'avère incapable de contrôler]. Tous les grands centres urbains sont aujourd'hui touchés par cette situation.

L'ethnicisation du commerce, comme processus de captation, d'appropriation des branches commerciales conduit au commerce ethnique ce qui accentue l'ethnicisation et l'emprise ethnique au sein d'une population diversifiée, mais en mal d'Etat-nation. Les deux notions se confondent et se pérennisent dans un espace marchand en s'appuyant sur divers réseaux de solidarité [familiale, ethnique, régionale, religieuse, clientéliste], dans le contexte tchadien de géopolitique marquée par un souci politique d'équilibre entre les groupes ou régions du nord et ceux du sud. Car, au Tchad, les populations sont très attachées à leur terroir et sont ainsi animées d'un esprit de clocher[138] pour leur région. La spécialisation commerciale par groupes ethniques cache et affiche l'ambition idéologique [économique, culturelle, sociale et politique]. De fait, cette spécialisation, par ses objectifs, apparaît comme une affirmation identitaire des groupes impliqués. La société

[137] AMSELLE, J-L. [2011]. *L'ethnicisation de la France*, Paris, Nouvelles Editions Lignes.

[138] Sentiment ou attachement étroit à son milieu vital.

forge des identités spatiales qui servent d'arguments de légitimité géographique [Di Méo, 2005].

Au final, N'Djamena - ville cosmopolite et d'espaces marchands colorés et quotidiens - est le lieu idéal pour observer la vie locale tchadienne. Une vie hantée par tant de clivages et dont les activités ethniques contrastent par les ambiances, entre les quartiers musulmans et les quartiers peuplés par les gens venus du Sud du pays, remplis de bars et animés par de nombreux noctambules. Ces clivages et ces contrastes témoignent ce "monde binaire" où les populations tchadiennes vivent malheureusement polarisées.

Au terme de cette étude, une approche théorique demeure présente: d'une part, celle de questionner les modalités de formation, de maintien et d'extension des réseaux sociaux et marchands à travers le commerce ethnique, et d'autre part, d'analyser la reproduction sociale et identitaire des commerçants. Ainsi, l'analyse des discours populaires rapportés par l'enquête de terrain permet de proposer, comme lectures comparatives, quelques objectifs visés par ce type de commerce :

- Si, en France, le commerce ethnique est vu comme moyen de contourner les obstacles liés à l'insertion sur le marché du travail, au Tchad, il apparait comme une mutation économique. Il permet de s'affranchir d'un statut désavantageux ou marginal dans la société.
- S'il est vu en France comme une polarisation des refugiés du marché de travail [Ma Mung, 1992], au Tchad, il meut des groupes ethniques régionaux vers les centres urbains du pays qui sont perçus comme refuges.
- Le commerce ethnique, dans ses configurations actuelles au Tchad, aboutit à la formation de groupes commerçants privilégiés, et à long terme à la constitution de classes commerçantes bourgeoises.
- En impulsant la reproduction sociale du groupe, le commerce ethnique accentue le communautarisme et apparait comme une stratégie politique d'affirmation identitaire.
- Ainsi par son expansion, le commerce ethnique par ses réseaux et circuits, favorise la circulation d'une économie spécifique [économie ethnique] porteuse de valeurs symboliques significatives.
- Au Tchad, certains groupes ethniques transforment l'activité de commerce en revendication identitaire. De ce fait, l'ethnique est quotidien dans l'espace marchand où le marché apparait non pas comme un lieu de d'échanges de biens et relations sociales, mais comme une arène saturée de valeurs et symboles. Le terme ethnique, devient alors

synonyme d'identité[139] et le commerce ethnique apparaît comme un moyen privilégié pour asseoir davantage les stratégies de différenciation des autres groupes de populations.

Après avoir passé quatre ans sur le sujet, nous sommes arrivés à la conclusion que les réseaux qui perpétuent ce commerce ethnique au Tchad sont très complexes à élucider. Et, seul le détour par l'analyse multifactorielle - tant culturelle, économique, religieuse que géopolitique - peut éclairer davantage cette étude.

Sans aucune prétention de prophétisme, ce travail n'est ni un procès [contre les commerçants et/ou de l'Etat tchadien], ni un plaidoyer pour personne, mais il se veut simple et objectif : un questionnement sur les rapports socio-spatiaux dans les pays du sud[140]en particulier le Tchad. Sur ce questionnement, il faudra exactement insister le rôle coércitif de l'Etat à réglementer le fonctionnement des branches commerciales, à définir une politique socio-économique qui fixe les lignes et limites. Ainsi, il faudrait réformer la réglementation tchadienne en matière du commerce par un nouveau code de commerce, proposer une nouvelle loi relative à la liberté des prix et à la concurrence, réviser de la Loi n° 06/PR/84 du 12 avril 1984 portant Statut des commerçants. Encore faut-il que ces mésures soient accompagnées d'une réelle volonté politique des dirigeants. Car, de cette politique dépendra demain, la paix et l'unité nationale mises en mal.

[139] WARNIER, J.-P. [1994]. *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse,* Paris, L'Harmattan.

[140] RETAILLE, D. [2004]. Afrique, géographie spontanée et espace mobile, Bulletin de la Société géographique de liège, n°44, pp.5-24.

BIBLIOGRAPHIE GENERALE

- ABDERRAHMAN, N. M. [1986]. *Etude monographique sur les Mimi*, N'Djamena, ENAM.
- ABDRAMAN, Z. I. [1987]. *Etude monographique sur les Kouka : Canton Koundjourou*, N'Djamena, ENAM.
- ADLER, A. [2008]. *La mort est le masque du roi. La royauté sacrée des Moundang du Tchad*, Paris, L'Harmattan.
- AFOUDA, A. [2010]. *Échanges transfrontaliers et organisation de l'espace dans le bassin du lac Tchad [Nigeria, Cameroun, Niger, Tchad],* Pessac, Université Bordeaux 3.
- ALLADNGAR, T. [1993]. *Au-delà des contradictions intra-sociales, la cohabitation interethnique est-elle encore possible au Tchad* ? N'Djamena, ATDDJT.
- AMIN, S. [1989]. *La faillite de développement en Afrique et dans le tiers-Monde, analyse politique*, Paris, Harmattan.
- AMSELLE, J-L. [2001]. *Branchements, anthropologie de l'universalité des cultures*, Paris, Flammarion.
- AMSELLE, J-L. et M'BOKOLO E. [1999]. *Au cœur de l'ethnie :* ethnies, tribalisme et État en Afrique, Paris, La Découverte [2e éd.].
- AMSELLE, J-L. [1977]. *Les négociants de la savane*. *Histoire et organisation sociale des Kooroko [Mali],* Paris, Anthropos.
- AMSELLE J.L. et GREGOIRE E. [1988].*Politiques nationales et réseaux marchands transnationaux : le cas du Mali et du Niger – Nord Nigeria*, Paris, IRAM.
- ANDRIAMIRADO, S. [1992]. *Au Tchad, entre Nordistes et Sudistes: la haine, comme d'habitude.* JEUNE AFRIQUE, n° 1627.
- ARDITI, C. [2003]. *Le Tchad et le monde arabe : Essai d'analyse des relations commerciales de la période précoloniale à aujourd'hui*, Paris, Afrique contemporaine.
- ARDITI, C. [2000]. *Du prix de la kola au détournement de l'aide internationale : clientélisme et corruption au Tchad [1900-1998],* in BLUNDO, G. [dir.]. *Monnayer les pouvoirs. Espaces, mécanismes et représentations de la corruption*, Paris, PUF, 344 p. pp. 249-269.
- ARDITI, C. [1995]. *Le commerce des dattes du Borkou [Tchad]*, Paris, ORSTOM, Cahiers des Sciences humaines, vol. 31, n° 4, pp. 849-882.

- ARDITI, C. [1993] *Commerce, islam et Etat au Tchad [1900-1990]*, in Grégoire, E. et Labazée, P. [dir.]. *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest*, Paris, Karthala, pp. 174-220.
- ARDITI, C. [2006]. *Commerces et échanges au Tchad*, in Atlas du Tchad, Paris, Jeune Afrique, pp. 46-47.
- ARDITI, C. [2006]. *Le rôle des étrangers dans la constitution d'une classe commerçante au Tchad au XXème siècle*, Bulletin Méga Tchad, pp.21-26.
- ARDITI, C. [2005]. *Les enfants bouviers du sud du Tchad : nouveaux esclaves ou apprentis éleveurs ?*, Cahiers d'études africaines, n°179-180 pp. 713-729.
- ARDITI, C. [1994]. *Tchad : chronique d'une démocratie importée*, Paris, Journal des anthropologues, n°53-54, pp. 147-153.
- ARDITI, C. [2004]. *Des paysans plus professionnels que les développeurs ? L'exemple du coton au Tchad depuis la colonisation jusqu'à l'intervention des ONG actuelles [1930-2002]*, Revue Tiers Monde, Paris, 2004, n°180 pp. 841-865.
- ARDITI, C. [2003]. *Les conséquences du refus de l'école, chez les populations musulmanes du Tchad au XXème siècle*. Journal des Africanistes, n° 1, pp. 7-22.
- ARDITI, C. [1999]. *Paysans sara et éleveurs arabes dans le sud du Tchad : du conflit à la cohabitation ?* in BAROIN, C. et BOUTRAIS, J. [éd.]. *L'homme et l'animal dans le bassin du lac Tchad ?,* Paris, IRD, pp. 555-573.
- ARDITI, C. [1999]. *Femmes possédées de N'Djamena [Tchad] : le culte Badri* in ROUAUD, A. [dir.]. *Les orientalistes sont des aventuriers. Hommage à Joseph Tubiana*, Saint-Maur, Sépia, pp. 205-221.
- ARDITI, C [1998]. *Pourquoi les Massa préfèrent-ils le sorgho ? Heurs et malheurs de la riziculture irriguée au Nord Cameroun*, Montrouge, Journal des anthropologues, n°74 pp. 117-131.
- ARDITI, C [1996]. *Tchad : paysans, commerçants et État, une histoire mouvementée*, in TUBIANA, M.J. ; LUXEREAU A. et ARDITI C. [dir.]. *Les dynamiques du changement en Afrique sub-saharienne : freins et impulsions,* Paris, L'Harmattan, pp. 117-134.
- ARDITI, C. [1995]. *L'utilisation des services de santé à N'Djamena*, Montrouge, Journal des anthropologues, n°60 pp. 81-85.
- ARDITI, C. [1993]. *Commerce, Islam et Etat au Tchad : 1900-1990*, Paris, Karthala, ORSTOM, pp. 175-220.

- ARDITI, C. [1991]. *Economie et politique céréalière au Sahel: le cas du Tchad*. Paris, brochure Amira n°60.
- Arditi C. [1991]. *Réseaux marchands, accumulations, espaces économiques transfrontaliers : rapport 1. Commerce, islam et Etat au Tchad [1900-1990],* Paris, ORSTOM.
- ARDITI, C. ; HARRE, D. ; IGUE, J. [1990]. *Les Echanges marchands entre le Tchad, le Nord Nigeria et le Nord Cameroun*, Paris, Club du Sahel/OCDE, *Ministère* de la *Coopération*.
- AUGE, M. [2009]. *Pour une anthropologie de la mobilité*, Paris, Payot & Rivages.
- AUGE, M. [2006]. *Le Métier d'anthropologue. Sens et liberté*, Paris, Galilée.
- AUGE, M. [1994]. *Pour une anthropologie des mondes contemporains*, Paris, Aubier.
- AUGE, M. [2003]. *Pourquoi vivons-nous* ? Paris, Fayard.
- BACHELARD, G. [1934]. *Le nouvel esprit scientifique,*Paris, PUF.
- BACHINON, P. [2007]. *le tiers espace de la rurbanité au Tchad*, Echos du Cota, n°116, pp.15-20.
- BADIE, B. [1992]. *L'Etat importé*, Paris, Fayard.
- BALANDIER, G. [1957]. *L'Afrique ambiguë*, Paris, Plon.
- BALANDIER, G. [1967]. *Anthropologie politique*, Paris, PUF.
- BANGOURA, M.T. [2005]. *Violence politique et conflits en Afrique : le cas du Tchad*, Paris, L'Harmattan.
- BANGUE, S. [1999]. *Fonctionnaire de la Rue 40,* N'Djamena, CEFOD.
- BARDINET, C. [1976]. *La population des vendeurs du grand marché de N'Djamena*, Cahiers d'outre-mer, Juillet-Septembre.
- BAROIN, C. [2008]. *La circulation et les droits sur le bétail, clés de la vie sociale chez les Toubou [Tchad, Niger]*, Journal des africanistes, vol. 78, no 1-2, pp. 120-142,
- BAROIN, C. [1988]. *Gens de roc et de sable. Les Toubous. Hommage à Charles et Marguerite Le Cœur*, Paris, CNRS.
- BAROIN, C. [1985]. *Anarchie et cohésion sociale chez les Toubou, les Daza Kesherda*, Paris, Maison de l'Homme.
- BART, F. [2003]. *L'Afrique continent pluriel*, Paris, Sedes.
- BARTH, F. [1995]. *Les groupes ethniques et leurs frontières*, in POUTIGNAT, P. et STREIFF, J. *Théories de l'ethnicité*, Paris, PUF.

- BASTENIER, A. [2004]. *Qu'est-ce qu'une société ethnique ? Ethnicité et racisme dans les sociétés européennes d'immigration*, Paris, PUF.
-
- BAYART J.F. [1989]. *L'Etat en Afrique*, Paris, Fayard,
- BAYART, J-F. ; ELLIS, S. et HIBOU, B. [1997]. *La Criminalisation de l'Etat en Afrique*, Bruxelles, Complexe.
- BCR [1996]. *Populations de la ville de N'Djamena en 1993*, N'Djamena, BCR.
- BCR [1996]. *Codes des ethnies du Tchad, nationalités étrangères, classes et diplômes à l'usage du recensement*, N'Djamena, BCR.
- BEADES [1994]. *Etude de la Consommation et de la Commercialisation du Poisson à N'Djamena. République du Tchad*, Paris, Mission Française de Coopération.
- BEAUJEU-GARNIER, J. [1997]. *Géographie urbaine*, Paris, A. Colin.
- BEN ARROUS, M. [2005]. *African Studies in geography from Below, rapport de recherche*, Dakar, Codesira.
- BENNAFLA, K. [2004]. *La réactivation des échanges transsahariens : l'exemple tchado-libyen*, in *Les relations transsahariennes à l'époque contemporaine*, Paris, Karthala-ZMO, pp. 89-110.
- BENNAFLA, K. [2000]. *Tchad : l'appel des sirènes arabo-islamiques, Autrepart, n° 16, pp. 67-86.*
- BENNAFLA, K. [1997]. *Entre Afrique noire et monde arabe, nouvelles tendances des échanges informels tchadiens*, Tiers Monde, tome XXXVIII, n° 152, pp. 789-896.
- BERTHELEU, H. [2002]. *Idéologie urbaine et relation interethniques : quelques remarques*, Paris, Cahiers du CERIEM n° 9, pp.79-92.
- BERTHELEU, H. [2007]. *Sens et usages de l'ethnicisation*", Paris, Revue Européenne des Migrations Internationales.
- BESSIS, S. et HUGON, P. [2005]. *Les défis de l'Afrique*, Paris, Dalloz.
- BIBENS, E. [2003] : *Analyse des formes d'occupation de l'espace à partir d'images satellitales : L'exemple des lacs Fitri, Léré et Tréné [Tchad],* Paris, PRODIG-CNRS.
- BIRMINGHAM, D.; Martin, P.M. [1983]. *History of Central Africa*, New York, Longman.
- BISILLIAT, J. [1997]. *Face aux changements. Les femmes du Sud*, Paris, L'Harmattan.

- BISSON, J. [1983]. *L'industrie, la ville, la palmeraie au désert*, Maghreb-Machrek, n°99, Paris, La Documentation française.
- BLUNDO, G. [1995]. *Courtiers du développement en milieu rural sénégalais*, Cahiers d'études africaines, n°137, pp. 73-99.
- BOLUVI, G-M. [2004]. *Malanville-Gaya : comptoir commercial et couloir de spéculations [pays-frontière de l'informel]*, Paris, Club du Sahél-OCDE.
- BONFIGLIOLI, A.M. [1990]. *Pastoralisme, agro-pastoralisme et retour : itinéraires sahéliens*, Cahiers des Sciences Humaines, n°1-2, pp. 255-266.
- BONFIGLIOLI, A.M. [1981]. *Le bâton et la houe. Une introduction à l'agro-pastoralisme du Sahel tchadien,* N'Djamena, Cefod.
- BOUQUET, C. [1990]. *Insulaires et riverains du lac Tchad*, Paris, L'Harmattan.
- BOUQUET, C., Cabot, J. [1972]. *Atlas du Tchad*. Fort-Lamy, INHS.
- BOUQUET, C. [1983]. *La croissance urbaine dans les pays tropicaux : les formes de l'économie urbaine en Afrique noire et à Madagascar*, in *Les formes embryonnaires de l'économie urbaine à Bol [Tchad]*, TALENCE, CEGET-CNRS.
- BOUQUET, C.; CHAPELLE, J.; CABOT, J. [1982]. *Tchad : genèse d'un conflit,* Paris, L'Harmattan.
- BOUQUET, C. [1976]. *Aperçu démographique et socio-économique des Babalia*, Cahiers d'étude Africaine, n°63-64, pp.615-626.
- BOURDIEU, P. [1998]. *La domination masculine*, Paris, Seuil.
- BOURZAT, D. ; ZAFINDRAJOANA, P. ; DUBOIS, P. [1998]. *Etude du marché du lait et des produits laitiers dans le Bassin de N'Djamena. Impact de la dévaluation sur la filière lait*, Communication à l'Atelier-Recherche : Marchés urbains et développement laitier en Afrique Subsaharienne, Cirad, Montpellier.
- BRANDILY, M. [1984]. *Le Tchad face nord 1978-1979*, Politiques Africaines, n°16, pp. 45-65.
- BRETON, R. [1995]. *L'ethnopolitique*, Paris, PUF, coll. QSJ.
- BRETON, R. [1976]. *Géographie des Langues*, Paris, PUF, coll. QSJ.
- BRUEL, G. [1918]. *L'Afrique équatoriale française : Le pays, les habitants, la colonisation, les pouvoirs publics*, Paris, Larose.
- BRUGGEMAN, H. [1991]. *Femmes pastorales et gestion du bétail : exemples tirés du nord de l'Ouganda et du centre du Tchad,* N'Djamena, Rapport de mission, OXFAM.

- BRUNEL, S. [2004]. *L'Afrique, un continent en réserve de développement*, Paris, Bréal.
- BRIQUET, J-L.; SAWICKI, F. [1998]. Le Clientélisme politique dans les sociétés contemporaines, PUF, Paris.
- BUIJTENHUIJS, R. [1998]. *Transition et élections au Tchad 1993-1997. Restauration autoritaire et recomposition politique*, Paris, ASC / Karthala.
- BUIJTENHUIJS, R. [1993]. *La Conférence nationale souveraine du Tchad. Un essai d'histoire immédiate,* Paris, Karthala.
- BUIJTENHUIJS, R. [1987]. *Le Frolinat et les guerres civiles du Tchad [1977-1984]*, Paris, Karthala.
- CABOT, J. ; BOUQUET, C. [1973]. *Le Tchad*, Paris, PUF, QSJ.
- CABOT, J. ; BOUQUET, C. [1972]. *Le Tchad*, Paris, Hatier.
- CABOT, J. [1953]. *Kim : village du Moyen-Logone [région du Mayo-Kebbi],* Brazzaville, Institut d'études centrafricaines*,* Bulletin n°5, pp. 41-61.
- CAPOT-REY, R. [1961]. *Borkou et Ounianga, Etude de géographie régionale,* Alger, Institut de Recherches Sahariennes.
- CAPRILE, J-P. [1977]. *Situation respective du français et des langues africaines en Afrique centrale,* in *Les relations entre les langues négro-africaines et la langue française*, Paris, Conseil International de la langue française, pp. 108-137.
- CAPRILE, J-P. [1979]. *Situation du français dans l'Empire centrafricain et au Tchad,* in *Le français hors de France*, Paris, Champion, p. 493-506.
- CASTEX, J. ; COHEN, J-L ; DEPAULE, J-C. [1995]. *Histoire urbaine, anthropologie de l'espace,* Paris, Edit CNRS.
- CENTRE AL-MOUNA [2005]. *Tchad, page d'histoire : Les hommes*, N'Djamena, Centre Al-Mouna.
- CENTRE AL-MOUNA [2006]. *Logone Géographie, Kanem*, Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°2.
- CENTRE AL-MOUNA [2005]. *Tchad, page d'histoire : Les peuples*, Centre Al-Mouna, N'Djamena.
- CENTRE AL-MOUNA [2005]. *Tchad, page d'histoire : Les sites et cités*, Centre Al-Mouna, N'Djamena.

- CENTRE AL-MOUNA [2006]. *Guera, BET, Moyen-Chari*, Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°1.
- CENTRE AL-MOUNA [2006]. *Ouaddaï, Mayo-Kebbi*, *Batha*, Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°3.
- CENTRE AL-MOUNA [2006]. *Chari-Baguirmi, Salamat,* Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°4.
- CENTRE AL-MOUNA [2006]. *Lac, Biltine*, Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°5.
- CENTRE AL-MOUNA [2006]. *De for-Lamy à N'Djamena*, Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°6.
- CENTRE AL-MOUNA [2007]. *Les arabes du Tchad*, Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°10.
- CENTRE AL-MOUNA [2007]. *Les peuls du Tchad*, Centre Al-Mouna, N'Djamena, Cahiers d'histoire, n°12.
- Centre Al-Mouna : *A la découverte du Tchad : De Fort-Lamy à N'Djamena*, Cahiers d'Histoire, n°6/2006.
- CENTRE AL-MOUNA [1998]. *Tchad : Contentieux linguistique arabe-français*, N'Djamena, Al Mouna.
- CHAMBRE DU COMMERCE DU TCHAD [1985]. *Aperçu sur le Tchad*, N'Djamena, CCT.
- CHAPELLE, J. [1986]. *Le peuple tchadien, ses racines et sa vie quotidienne*. Paris, L'Harmattan.
- CHAPELLE, J. [1986]. *Nomades noirs du Sahara*. Les Toubous, Paris, L'Harmattan.
- CHAPELLE, J. [1980]. *Le peuple tchadien : ses racines, sa vie quotidienne et ses combats,* Paris, L'Harmattan – ACCT.
- CHAPELLE, J. [1986]. *Le peuple tchadien. L'héritage des peuples et les apports extérieurs,* Paris, L'Harmattan.
- CHARLEAD, J-L. [2000]. *Temps de ville, temps de vivres*, Paris, Karthala.
- CHARPY, M. [2012]. *Le théâtre des objets. Espaces privés, culture matérielle et identité bourgeoise,* Paris, La Fabrique de l'histoire - France Culture.
- CHATELIN, Y. et RIOU, G. [1986]. *Milieux et paysages*, Paris, Masson.
- CHEBEL, M. [2004]. Anthologie du vin et de l'ivresse en islam, Paris, Le Seuil.

- CHRETIEN, J.P. et PRUNIER, G. [1996.]. *Les ethnies ont une histoire*, Paris, Karthala-ACCT.
- CHOAY, F. [2006]. *Pour une anthropologie de l'espace*, Paris Seuil.
- CLANET, J.C. [1998]. *Le Tchad entre unité et éclatement : la dynamique des organisations spatiales,* MAPPEMONDE, n° 50, pp. 31-35,
- CLANET, J. [1981]. *L'émigration temporaire des Toubou du Kanem vers la Libye*, Cahiers géographiques de Rouen, n° 15, pp. 17-33.
- CLANET, J.C. [1975]. *Les éleveurs de l'ouest tchadien : mobilité des éleveurs du Kanem et leurs réponses à la crise de 1969/1973*, Rouen, Université de Rouen. Institut de Géographie.
- CLANET, J.C. [1971]. *Une Ville précoloniale en déclin : Abéché*, Paris, Université Paris VIII.
- CLOUTIER L. ; DJIBRINE SY, A. [1993]. *N'Djamenoise du secteur informel*, N'Djamena, Bulletin du Cefod.
- CLAVAL, P. [1994]. *Géopolitique et géostratégie, la pensée politique*, *l'espace et le territoire au XXe siècle*, Paris, Nathan.
- CLAVAL, P. [1978]. Espace et pouvoir, Paris, PUF.
- CONSTANTIN, F. [1994*]*. *L'homme et la nature en Afrique* [dir.], Politique Africaine n° 53, Paris, Karthala.
- COQUERY-VIDROVITCH, C. [1993]. *Histoire des villes d'Afrique noire*, Paris, Albin Michel.
- COQUERY-VIDROVITCH, C. [1992]. *Afrique noire*, Paris, L'Harmattan.
- COUDRAY, H. [1992]. *Chrétiens et musulmans au Tchad*, Islamochristiana, n° 18, pp. 175-234.
- COULIBALY, S. [1995]. *Contribution à l'étude des activités marchandes fixes dans l'aménagement régionale du département de Dosso : le rôle des centres [Niger],* Pessac, Université de Bordeaux3, Thèse de doctorat.
- COURADE, G. [2003]. *L'Afrique des idées reçues*, Paris, Karthala.
- CREAC'H, P. [1993]. *Se nourrir au Sahel. L'alimentation au Tchad [1937-1939]*, Paris, L'Harmattan.
- DECALO, S. [1997]. *Historical dictionary of Chad*, Scarecrow press, Lanham, Londres.

• DECAUDAVEINE, J. [2005]. *Les tribulations d'un ingénieur au Tchad*, Paris, L'Harmattan.

• DEFAY, A. [2005*]. La Géopolitique*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ?

DELAFOSSE, M. (1897). *Essai sur le peuple et langue Sara*, Paris, Libraire Coloniale.

• DE LA PRADELLE, M. [1994]. *Comment décrire un marché ?* in OSTROWETSKY, S. [dir]. Sociologie en ville, Paris, L'Harmattan, pp. 91-109.

• DEPAULE, J-C. [1995]. *Anthropologie de l'espace, in COUEDIC, D. La forme et les manières,* Paris, Edition CNRS.

• DE RUDDER, V. [1995]. L'ethnicisation. Pluriel-Recherche. Vocabulaire historique et critique des relations interethniques, Cahiers n°3, Paris, L'Harmattan.

• DI MEO, G. et BULEON, P. [2005]. *L'espace social. Lecture géographique des sociétés*, Paris, A. Colin.

• DI MEO, G. [1998]. *Géographie sociale et territoires*, Paris, Nathan.

• DI MEO, G. [1996]. *Les Territoires du quotidien*, Paris, L'Harmattan.

• DI MEO, G. [1991]. *L'Homme, la Société*, l'Espace, Paris, Anthropos.

• DJAMA, M. [1995]. *L'espace, le lieu. Les cadres du changement social en pays nord Somali. La plaine du Hawd [1884-1990],* thèse de doctorat en Anthropologie sociale et d'ethnologie, EHESS-Marseille.

• DJENODJI BAIDEDJI, F. [2008]: *les réseaux sociaux au Tchad : que faut-il en penser ?* Tchad et Culture n° 266, pp. 11-14.

• DJIBRINE, M.M. [1980]. *Islam et pouvoir au Tchad*, Bordeaux, CEAN.

• DJIDDY, B. [1977]. *Le mariage chez les Kréda*, N'Djamena, Tchad et Culture n°103, pp.5-7.

• DORIGNY, M. [2006]. *Atlas des esclavages*, Paris, Editions Autrement, pp. 10-11.

• DOUTOUM, M. A. [1990]. *Place et statut des forgerons dans la société maba du Tchad*, Paris, Journal des africanistes. Tome 60 fascicule n° 2, pp. 149-160.

• DOUTOUM, M. A. [1983*]. La colonisation Française et la question Musulmane au Tchad : l'exemple du Sultanat du Ouaddaï [1895-1945]*, thèse de 3e cycle, Paris, Université de Paris VI.

• DUBRESSON, A. Les grandes villes africaines, L'Information Géographique, n° 2, 2002, pp.51-64

• DUBRESSON, A. ; BRUYELLE, P. [2000]. *Les très grandes concentrations urbaines*, Paris, Sedes.

- DUBRESSON, A. ; RAISON, J.P. [1998]. *L'Afrique subsaharienne : une géographie du changement,* Paris, A. Colin.
- DUBRESSON, A. ; MARCHAL, J.Y. et RAISON, J.P. [1994]. *Les Afriques au sud du Sahara,* Géographie Universelle, Vol 6, Paris, Belin-Reclus, 480 p.
- DUMAS-CHAMPION, F. [2008]. *L'activité pastorale et le cycle végétatif chez les Masa [Tchad/Cameroun]*, Journal des africanistes, vol. 78, n° 1-2, pp. 143-155.
- DUPIRE, M. [1970]. *L'organisation sociale des Peul*, Paris, Plon.
- DURAND, M.-F. ; LEVY, J. ; RETAILLE, D. [1993]. *Le monde, espaces et systèmes*. Paris, Presses de Sciences Po - Dalloz.
- DURAND, C. [2002]. *Les Anciennes Coutumes pénales du Tchad*, Paris, L'Harmattan.
- DURKHEIM, E. [1986]. *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, PUF.
- DURKHEIM, E. [1893]: *De la division du travail social*, Paris, PUF.
- DESSE, R.P. [2001]. *Le nouveau commerce urbain : dynamiques spatiales et stratégies des acteurs*, Rennes, Presse Universitaire de Rennes.
- ECOSIT [1998]. Enquête sur la consommation et le secteur informel au Tchad [Ecosit 1995-1996], N'Djamena, PNUD-DAES.
- EGG, J. [1998]. *Échanges transfrontaliers et intégration régionale en Afrique subsaharienne*, Paris, Éditions de l'Aube.
- ELIAS, N.; SCOTSON, J-L. [1997]. *Les logiques de l'exclusion*, Paris, Fayard.
- EQUIPE DE RECHERCHE DE BOUSSO [1994]. *Le bic, la houe et l'alcool* : *réalités tchadiennes*, N'Djamena, CEFOD.
- FERRANDI, J. [1912]. *Renseignements coloniaux*, Abéché, n° 10.
- FIORIO, E. [2009]. *L'espace symbolique chez les Tupuri du Tchad*, Journal des africanistes, vol. 79, n° 1, pp. 71-85.
- FOUCHER, M. [1994]. *Fronts et frontières, un tour du monde géopolitique*, Paris, Fayard.
- FREROT, A.-M. [2004]. *L'Afrique en questions*, Paris, Éditions Ellipses.
- FREROT, A.-M. [2000]. *Les grandes villes d'Afrique*, Paris, Ellipses.
- GADDOUM, D. [1995]. *Le Culte des esprits margay ou maragi chez les Dangléates du Guera*, Paris, L'Harmattan.
- GAILLARD, R. [s d]. *Etudes anthropologique des populations des régions du Tchad et du Kanem,* (sl), Fonds Dalmas.
- GALLAIS, J. [1984]. *Homme du sahel. Espaces, temps et pouvoirs*, Paris Flammarion.

- GALLAIS, J. [1982]. *Espaces vécus et civilisations*, Paris, CNRS.
- GALLAIS, J. [1982]. Espaces vécus et civilisations, Paris, Edition CNRS.
- GALLAIS, J. [1962]. *Signification du groupe ethnique au Mali*, Paris, L'Homme n° 2, pp. 106-129.
- GALLAIS, J. [1960]. *La signification du village en Afrique soudanienne de l'Ouest*, Cahiers de sociologie économique, n°2, pp. 128-162.
- GAULME, F. [1983]. *Tchad : une population déchirée par la guerre*, Actuel développement, n° 56-57, pp. 9-12.
- GAUTHIER, J. ; BOUTINOT, L. ; KOUSSOU, M. [1998]. *Etude complémentaire sur la filière lait au Tchad*, Montpellier, Rapport CIRAD-EMVT, n° 98.
- GENEAU DE LAMARLIERE, I. [2004]. *Economie et culture : nouveau enjeux géographique ?* Paris, L'Harmattan.
- GILG, J.P. [1970]. *Culture commerciale et discipline agraire : Dobadené [Tchad], Paris,* Cahiers d'études africaines, n°37-38-39, pp. 173-197.
- GODELIER M. [1978]. *La part idéelle du réel*, Paris, L'Homme, vol. 18, pp. 155-187.
- GODELIER, M. [1977]. *Horizon, trajets marxistes en anthropologie*, Paris, Maspero.
- GODELIER, M. [2007]. *Au fondement des sociétés humaines*, Paris, éd. Albin Michel.
- GONIDEC, P-F. [1971]. *La république du Tchad*, Paris, Berger-Levrault.
- GREGOIRE, E. [2010]. *Migrations et circulations transsahariennes*, Besançon, Université Ouverte de Besançon.
- GREGOIRE, E. [2003]. *Espace et réseaux marchands ouest-africain*, Paris, Université Panthéon-Sorbonne.
- GREGOIRE, E. et SCHMITZ, J. [2000]. *L'Afrique noire et monde arabe*, Paris, Autrepart, Cahiers des Sciences Humaines, n°16, IRD et Edition de l'Aube.
- GREGOIRE, E. [2000]. *Les chasses du prince Bandar*, Paris, Autrepart, Cahiers des Sciences Humaines, n°16, pp. 87-97.
- GREGOIRE, E. et Labazée, P. [1993]. *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest,* Paris, Karthala.
- GREGOIRE, E. et LABAZEE, P. [1993]. *Mobilité marchande et urbanisation. Le cas de Korhogo [Côte-d'Ivoire] et de Maradi [Niger]*, Cahiers des Sciences Humaines, 29, 2-3, pp. 527-546.

- GREGOIRE, E. [1991]. *Réseaux marchands, accumulations, espaces économiques transfrontaliers : rapport 2. Islam et commerce*. Paris, CNRS-ORSTOM.
- GREGOIRE, E. [1986]. *Les Alhazaï de Maradi : histoire d'un groupe de riches marchands sahéliens*, ORSTOM.
- HALAOUI, N.; BOUHAJEB, D. DUPUY, A.; BUI DO, A-M. [1994]. *Les langues des États francophones : législations, politiques et situations,* Talence, ACCT, CIFDI.
- HARLAN, J.R. [1987]. *Les plantes cultivées et l'homme*, Paris, PUF [traduction de Jacques Belliard et Brad Fraleigh].
- HOUGON, P. et POURTIER, R. [1993]. *Afrique contemporaine, villes d'Afrique*, Paris, n° spécial, Documentation française.
- HUARD, P. ; CHARPIN, M. [1962]. *Aspect sociologique d'une enquête anthropologique sur les Teda au Tibesti,* Dakar, Bulletin de l'IFAN, Série sciences humaines, n° 3, pp. 575-583.
- HUETZ DE LEMPS, A. [2001]. *Boissons et civilisations en Afrique*, Pessac, P.U.B.
- INSEED [2010]. *La population de N'Djamena en 2009*, Inseed, N'Djamena.
- KHAYAR, I.H. [1985]. *Tchad. Regards sur les élites Ouaddaiennes*, Paris, CNRS.
- KHAYAR, I.H. [1976]. *Le refus de l'école. Contribution à l'étude des problèmes de l'éducation chez les musulmans du Ouaddaï [Tchad],* Paris, Maisonneuve.
- KIMITENE, E.V. [2008]. *Stratégies paysannes en zones cotonnières du Tchad. Discours, représentations et actions des habitants de Komé à Doba*, Mémoire de Master 2 Recherche [sous la direction de Denis Retaillé], Université de Rouen.
- KI-ZERBO, J. [1964].*Le Monde africain noir,* Paris, Hatier.
- KI-ZERBO, J. [1978].*Histoire de l'Afrique noire,* Paris, Hatier [2e éd.].
- KI-ZERO J. [1985]. *Les identités culturelles africaines*, Genève -Afrique, vol. n°1
- KLEBNIKOFF, S. [1982]. *Les travailleurs immigrés de la péninsule : 191-218*, in BONNENFANT, P. [dir.]. *La Péninsule arabique d'aujourd'hui [Tome I et II],* Paris, CNRS.
- KLEDA, S. [1991]. *La sorcière et son fils. Contes toupouri du Cameroun*, Paris, L'Harmattan.
- KLEIN, M. [1996]. *La problématique tchadienne*, Marchés tropicaux et méditerranéens, n° 2619, p. 104-106.

• KODONGAR, G.J. [sd]. *Introduction à la vie et l'histoire précoloniales : des populations Sara du Tchad,* Thèse de doctorat, Paris I - Sorbonne, Centre d'Etude Africaine de la Sorbonne.

• KOUSSOU, M. [1998]. L'approvisionnement de la ville de N'Djamena en produits laitiers, N'Djamena, LRVZ.

• JAGLIN, S. [1995]. *Gestion urbaine partagée*, Paris, Karthala.

• JEUNE AFRIQUE [2009]. Le Tchad et son potentiel économique, Paris, SIFIJA, coll. Les Guides écofinance, supplément du n° 2533.

• JULLIEN DE POMMEROL, P. [1999]. *Dictionnaire arabe tchadien-français : suivi d'un index français-arabe et d'un index des racines arabes*, Paris, Karthala.

• JUTEAU, D. [1999]. *L'ethnicité et ses frontières*, Montréal, Presse Université de Montréal.

• LAFARGE, F. ; SEIGNOBOS, C. [1977]. *Des gens du fleuve entre Kim et Laï*, Annales de l'université du Tchad, numéro spécial [octobre], p. 49-99.

• LANGUE, R. [1977]. *Promotion et commercialisation des produits*, N'Djamena, CEFOD.

• LANNE, B. [1995]. *Répertoire de l'administration territoriale du Tchad [1900-1994]*, Paris, L'Harmattan.

• LANNE, B. [1989]. *Tchad-Libye, la querelle des frontières*, Paris, Karthala.

• LANNE, B. [1979]. *Les populations du sud du Tchad*, Paris, Revue Française d'études politiques Africaines, vol. 14, n°163-164, pp. 41-81.

• LARGEAU, V-E. [2001]. *A la naissance du Tchad*, Saint-Maur-des-Fossés, Sépia.

• LAORO, G. [2007*]. N'Djamena : une ville qui bouge, une ville qui boit* N'Djamena, Tchad &Culture, n°254.

• LAORO, G. [2001*]. Moi, je suis dans les "aff.",* N'Djamena, Tchad &Culture n° 198.

• LAORO, G. [2000]. *Les légumes de tous les dangers*, N'Djamena, Tchad &Culture n° 186.

• LAVELLE, A. [1971]. *Mutations villageoises et développement urbain au Tchad : absorption de Milézi-Farcha par N'Djamena*, Pessac, Université de Bordeaux 3.

• LEBEUF, A. [2006]. *Les populations du Tchad [10e parallèle nord],* Paris, L'Harmattan.

• LE BRIS, E. [1994]. *La ville africaine en proie à l'anthropologie*, in OSTROWETSKY, S. [dir.] *sociologie en ville*, Paris, Harmattan, pp. 105-109.

- LECARME-FRASSY, M. [2000]. *Marchandes dakaroises entre maison et marché. Approche anthropologique*, Paris, L'Harmattan, Collection Études Africaines.
- LE CORNEC, J. [2003]. *Les mille et un Tchad*, Paris, L'Harmattan.
- LEDRUT, R. [1968]. *Sociologie urbaine*, Paris, PUF.
- LEFEVRE, H. [1974]. *La Production de l'espace*, Paris, Anthropos.
- LEMOINE, T. [1997]. *Tchad : 1960 -1990. Trente années d'indépendance*, Paris, Lettres du monde.
- LEVY, J. et LUSSAULT, M. [2003]. *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés,* Paris, Edition Belin.
- LEVY, J. [1994]. *L'espace légitime. Sur la dimension géographique de la fonction politique,* Paris, Presse de la FNSP.
- LE ROUVREUR, A. [1989]. *Sahéliens et Sahariens du Tchad*, Paris, L'Harmattan [rééd].
- LESSOURD, M. [1997]. *Crises et mutations des agricultures*, Paris, Edition du Temps.
- LUGAN, B. [2009]. *Histoire de l'Afrique, des origines à nos jours*, Paris, Ellipses.
- LUGAN, B. [2011]. *Décolonisez l'Afrique* ! Paris, Ellipses.
- LUGAN, B. [2001]. *Atlas historique de l'Afrique*, Paris, Le Rocher.
- MADJI, G. [2003]. *La vie à N'Djamena*, N'Djamena*, L'Interrogation* n° 328.
- MAGNANT, J-P. [1994]. *Qu'est-ce qu'une ethnie ? Le Tchad : guerre civile ou guerre contre les civils*, Paris, Courrier du parti des Travailleurs.
- MAGNANT, J-P. [1994]. *La Chefferie ancienne. Études historiques sur le pouvoir dans les sociétés précoloniales du Tchad d'après les sources orales*, Perpignan, Presses Universitaires de Perpignan.
- MAGNANT, J-P. [1994]. *Expérience du territoire et expérience religieuse chez les populations du centre et du sud du Tchad,* Perpignan, Université de Perpignan.
- MAGNANT, J-P. [1986]. *La Terre sara, terre tchadienne*, Paris, L'Harmattan.
- MAGNANT, J.P. [1984]. *Terre et pouvoir dans les populations dites "Sara" du Sud du Tchad. La famille, l'individu et l'Etat, leur terroir et leur territoire*. LILLE, ANR.
- MAGRIN, G. [2008]. Tchad 2008 : Géographie d'une guerre ordinaire, echogeo.revues.org.

• MAGRIN, G. [2003] : *Les enjeux d'un enrichissement pétrolier en Afrique centrale. Le cas du Tchad*, Paris, PRODIG-CNRS, Grafigeo, n° 22.

• MAGRIN, G. [2003]. *Crise climatique et mutations de l'agriculture : émergence d'un grenier céréalier entre Tchad et Chari*. ANNALES DE GEOGRAPHIE, 1996/12, vol. vol. 105, no 592, pp. 620-644.

• MAGRIN, G. [2002]. *Un Sud qui perd le Nord ? Les récents enjeux de la fracture tchadienne*, Paris, Bulletin de l'Association des géographes français, n° 2, pp.185-198.

• MAGRIN, G. [2001]. *Le Sud du Tchad en mutation. Des champs de coton aux sirènes de l'or noir*, Paris, Sépia-Cirad.

• MAHAMAT HASSAN, A. [1992]. *Rapport de la commission d'enquête sur les crimes et détournement commis par l'ex-président Habré et/ou complices, suivi des Enquêtes sur les détournements des biens publics*, N'Djamena, Ministère de Justice.

• MAHAMAT, M.D. [1995]. *Les Oualad Rachid de l'Ouadi-Rime [Djedda-Batha]. Une chefferie agro-pastorale du Sahel tchadien face à la sécheresse des années 80*, Pessac, Université de Bordeaux 3.

• MALAFOSSE, A. [1997]. *Services et équipements urbains dans les quartiers périphériques de N'Djamena*, Etude de faisabilité, N'Djamena, Mairie.

• MALINOWSKI, B. [1989], *Les Argonautes du Pacifique occidental*, Paris, Gallimard [3e éd.].

• MALINOWSKI, B. [1968]. *Une théorie scientifique de la culture*, Paris, Maspero [3e éd.].

• MAMADOU, N. ; JACOLIN, P. [2000]. *Au cœur de la ville de N'Djamena*, in WYSS, K. [dir.]. *Villes en sursis : expérience au Tchad et au Sénégal*, Paris, L'Harmattan, EndaGraf Sahel, pp. 39-66.

• MA MUNG, E. [1992]. *Expansion du commerce ethnique : Asiatiques et Maghrébins dans la région parisienne*, Paris, Revue Européenne de Migrations Internationales, vol 8, n°1, pp.39-59.

• MANESSY, G. [1994]. *Le français en Afrique noire, Mythe, stratégies, pratiques*, Paris, L'Harmattan, 245 p.

• MARTINIELLO, M. [1995] *L'ethnicité dans les sciences sociales contemporaines*, Paris, PUF.

• MBAYTOUBAN, F. [1991]. *Conception du temps et de l'espace chez les Ngambay*, N'Djamena, Séminaire Saint-Luc, Travaux d'anthropologie, n°5, pp. 21-24.

• MEDARD, J-F. [1992]. *Le Big Man en Afrique : esquisse d'analyse du politicien entrepreneur*, L'Année sociologique, Paris, PUF.

• MERAND, P. [1989]. *La vie quotidienne en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan.

• MICHALON, T. [1997]. *Le Tchad entre Nord et Sud : un tabou*, Paris, Le Monde Diplomatique n° 515, pp. 29.

• MICHALON, T. ; MOYRAND, A. [1991]. *Le Tchad malade de l'Etat nation*, Paris, Le Monde Diplomatique, vol. 38, n° 442, pp. 13.

• MIEGE, J-L. [1981]. *Le commerce transsaharien au XIXe siècle*, Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée, Vol. 32, n° 32, pp. 93-119.

• MINDEMON, K.L. [2000]. *Histoire économique du Tchad [1924-1960*], Thèse de doctorat d'Histoire, Université de Paris 1, 387 p.

• MULLER, J-C. [1997]. *Circoncision et régicide : thème et variations chez les Dii, les Chamba et les Moundang des confins de la Bénoué et du Tchad*. Paris, L'Homme, vol. 37, n° 141, pp. 7-24.

• MUSSO, P. [2003]. *Réseaux et société*, Paris, PUF, p.17.

• NANADOUM, M. [2001]. *La "bili-bili", bière traditionnelle tchadienne : études technologiques et microbiologiques*. Thèse en Sciences agronomiques, Paris, Institut National Agronomique de Paris Grignon.

• NANASSOUM, G. [1996]. *Ethnies et politique*, N'Djamena, Tchad et Culture n° 155, pp. 2-3

• NANG-YAD, N. [1987]. *Etude monographique sur les Ngama de Maro*, N'Djamena, ENAM, 87 p.

• NANTET, B. [2008]. *Histoire du Sahara et des Sahariens : Des origines à la fin des grands empires africains,* Nice, Ibis Presse.

• NASSAR, B. [1996]. *Bardaï, à l'ombre des palmiers*, N'Djamena, Bi Hebdo n° 315.

• NDJENDOROUM, M. [2001]. *Chagoua, la Venise des déshérités*, N'Djamena, Bi Hebdo.

• NETCHO, A. [1997]. *Mangalmé 1965, la révolte des Moubi*, Paris, L'Harmattan.

• NEVEU, C. [2004]. *Les enjeux d'une approche anthropologique de la citoyenneté*, Paris, Revue Européenne des Migrations Internationales, vol.20, n°3, pp. 81-101.

• NEVEU, C. [1999]. *Espace public et engagement politique*, Paris, L'Harmattan.

- NGARARY, B. [1987]. *La corruption*, mémoire, N'Djamena, ENAM.
- NGARLEJY, Y. [2003]. *Tchad : le procès d'Idriss Deby, témoignage à charge*, Paris, L'Harmattan.
- NICOLAISEN, I. [2000]. *The Haddad of Chad, International Work Group for Indigenous Affairs,* Copenhagen, Revue, n°2, pp. 26-31.
- OLIVIER DE SARDAN, J-P. 1998 : *anthropologie et développement : essai en socio-anthropologie du changement social*, Paris, Karthala.
- ORSTOM [1987]. *Langues et cultures dans le Bassin du Lac Tchad*. Paris, ORSTOM.
- OSTROWETSKY, S. [1994]. *Sociologie en ville*, Paris, L'Harmattan.
- OUTMAN, M.A. [1987]. *Etude monographique sur les Toundjour du Kanem*, N'Djamena, ENAM.
- PAIRAULT, C. [1994]. *Retour au pays d'Iro, chronique d'un village du Tchad*, Paris, Karthala.
- PAUL-LEVY, F.; SEGAUD, M. [1983]. *Anthropologie de l'espace*, Paris, Centre Georges Pompidou.
- PERSON, Y. [1981] Etat et société en Afrique noire, Revue française d'Histoire d'Outre-mer, n°250-253.
- PIAULT, M-H. [1987]. *La Colonisation : rupture ou parenthèse ?* Paris, L'Harmattan.
- POURTIER R. [2001]. *Afrique noire*, Paris, Hachette.
- PIERMAY, J-L. [1986]. *Le détournement d'espace. Corruption et stratégies de détournement dans les pratiques urbaines en Afrique centrale*, Politique africaine, n°21, pp. 22-36.
- QUIVY, R. ET VAN CAMPENHOUDT, L. [1995]. Manuel de recherche en sciences sociales, Paris, Dunod.
- RAYMOND, C.; GARINE, E. ; LANGLOIS, O. [2005]. *Ressources vivrières et choix alimentaires dans le bassin du lac Tchad*, Paris, IRD-CNRS-PRODIG.
- RAULIN A. [2001]. *Anthropologie urbaine*, Paris, Armand Colin, 188 p ;
- RAULIN A. [2000]. *Diaspora, marchés et cultures métropolitaines*, Paris, L'Harmattan.
- RAULIN, A. [2000]. *L'ethnique est quotidien*, Paris, L'Harmattan, 229 p.
- REOUNODJI, F. [2006]. *N'Djamena et le Lac Tchad*, in atlas du Tchad, Paris, Jeune Afrique.
- REPUBLIQUE DU TCHAD [2002]- Décret n° 419/PR/M T/02.

- REPUBLIQUE DU TCHAD [2005]- Loi n° 009/PR/05.
- REPUBLIQUE DU TCHAD [2009]- Décret n° 285/PR/PM/MISP/09.
- RETAILLE, D.; WALTHER, O. [2011]. *Spaces of uncertainty: A model of mobile space in the Sahel,* Singapore, Journal of Tropical Geography, n° 32, pp. 85-101.
- RETAILLE, D. ; WALTHER, O. [2011]. *Guerre et terrorisme au Sahara-Sahel: la reconversion des savoirs nomades*. Paris, L'Information Géographique, SEDES, n° 76 pp.51-68.
- RETAILLE, D. [2009]. Malaise dans la géographie, l'espace est mobile, in VANIER, M. [dir.] *Territoires, territorialité, territorialisation*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes, pp. 97-114.
- RETAILLE, D. [2007]. *Les échelles paradoxales du développement*, Paris, Les Cahiers d'Outre Mer, n° 238, pp.167-183.
- RETAILLE, D. [2006]. *La ville ou l'Etat? Développement politique et urbanité dans les espaces nomades et mobiles*, Rouen, PURH.
- RETAILLE, D. 2005. *L'espace mobile*, in ANTHEAUME, B. ; GIRAUT, F [dir.]. *Le territoire est mort. Vive les territoires! Une [re]fabrication au nom du développement*, Paris, IRD, pp. 175-202.
- RETAILLE, D. [2000]. Afrique, le territoire entre identité et développement, Paris, Cahiers d'Outre-Mer, pp.189-212.
- RETAILLE, D. [1998]. *Fantasmes et parcours africains*, Paris, L'Information Géographique, SEDES, n°2, pp. 51-65.
- RETAILLE, D. [1998]. *L'espace nomade*. Lyon, Revue de Géographie de Lyon 1, pp. 71-81.
- RETAILLE, D. [1997]. *Le monde du géographe*, Paris, Presses de Sciences Po.
- RETAILLE, D. [1995]. *Ethnogéographie, naturalisation des formes socio-saptiales*, in CLAVAL, P. et SINGARAVELOU, P. *Ethnogéographies*, Paris, L'Harmattan, pp.17-38.
- RETAILLE, D. [1993]. *Afrique, le besoin de parler autrement qu'en surface*, Paris, Espaces et Temps, Les apories du territoire, n° 51-52, CNL-CNRS, *pp. 52-62.*
- RETAILLE, D. [1989]. *Les identifications ethniques dans l'espace Sahara-Sahel : l'apport d'une géographie méridienne*, in CHRETIEN, J-P. ; PRUNIER, G. *Les ethnies ont une histoire*, Paris, Karthala et ACCT, pp. 61-80.

- RETAILLE, D. [1989]. *Mobilités des populations sahéliennes pendant la sécheresse aggravée de 1984*, in BRET, B [éd.]. *Les hommes face aux sécheresses*, Paris, IHEAL, pp. 277-285.
- RETAILLE, D. [1986]. *Les structures territoriales et la sécheresse au Sahel*, Rouen, Cahiers Géographiques de Rouen, numéro spécial, pp. 27-42.
- RETAILLE, D. [1983]. *La mise en place d'une région Afrique sahélienne, autour du Koutous, Niger oriental*, Rouen, Université de Rouen, Thèse de doctorat.
- RIST, G. [1996]. *Le développement, histoire d'une croyance occidentale*, Paris, Presse de Sciences Po.
- RINAUDO, C. [2000]. *L'ethnicité dans la cité : jeux et enjeux de catégorisation ethnique*, Paris, L'Harmattan, Logiques sociales.
- ROCCA, J-L. [1993]. *La corruption*, Paris, Syros.
- ROITMAN, J. [2004]. *Autour du lac Tchad : intégrations et désintégrations*, Paris, Politique Africaine, n° 94, pp. 7-104.
- ROSIERE, S. [2003]. *Géographie politique et géopolitique*, Paris, Ellipses.
- SADINALY, K. [1993]. *La Chefferie chez les Ngama*, Paris, L'Harmattan.
- SALE PABA, M. [1982]. *Notes sur les refugiés tchadiens dans le commerce à Kousseri*, Yaoundé, Revue de Géographie du Cameroun, vol. 3, n°1, pp. 24-26.
- SANTOS, M. [1975]. *L'espace partagé*, Paris, M. Th. Génin.
- SARANDIGAR, A [1989]. *Etude monographique sur le mariage traditionnel en pays Mango [Logone Oriental]*, N'Djamena, ENAM.
- SAUTTER, G. [1999]. Un Projet colonial sans lendemain. Le chemin de fer Bangui-Tchad [AEF], Paris, EHESS.
- SAUTTER, G. [1993]. *Parcours d'un géographe : des paysages aux ethnies*, Paris, Karthala, vol.2.
- SCHNEIDER, J.-L. [1994]. *Le Tchad depuis 25 000 ans : géologie, archéologie, hydrogéologie* [préface d'Yves Coppens], Paris, Masson.
- SEIGNOBOS, C. [2009]. *Les ethnonymes peuls comme révélateurs d'histoire dans le bassin du lac Tchad*, Paris, Journal des africanistes, vol. 79, n° 2, pp. 316-333.
- SENOUSSI A. H. M. [1987]. *Etude monographique sur les Massalites d'Adré*, N'Djamena ENAM.
- SIL INTERNATIONAL, *[ethnologue.com]*.

• SIMON, P-J. [1993]. *Ethnicité, Pluriel-Recherche. Vocabulaire historique et critique des relations interethniques,* Paris, L'Harmattan, Cahiers n°1, pp. 66-68.

• SIMON, P-J. [1997]. *Différenciation et hiérarchisation sociales*, Rennes, Les Cahiers du Ceriem, Université Haute Bretagne, n°2, pp. 27-52.

• SMITH, M.G. [1964]. *Historical and Cultural Conditions of Political corruption among the Hausa, Comparative Studies in society and History*, Vol. 6, N° 2, pp.164-198.

• SPENCER, B. [1999]. *La femme sans sexualité et l'homme irresponsable*, Paris, Actes de la Recherche en Sciences Sociales, vol. 128, n°1, pp. 29-33.

• STREN, R.E. [1993]. *Villages africains et crises, gérer la croissance urbaine au sud du Sahara*, Paris, L'Harmattan.

• TABANGUE, Y.A. [1987]. *Etude monographique sur les Marba de Kélo*, N'Djamena, ENAM.

• TAHIR, B.M. [1988]. *Etude monographique des Missiriés du Batha*, N'Djamena, ENAM.

• TCHAGO, B. D. [1994]. *La fête religieuse du Kagi du royaume de Doré. L'identité tchadienne. L'héritage des peuples et les apports extérieurs*. Paris, L'Harmattan, pp. 139-157.

• TRIAUD, J-L. [1987]. *Tchad : 1900-1902. Une guerre franco-libyenne oubliée? Une confrérie musulmane, la Sanusiyya face à la France*, Paris, L'Harmattan.

• TERRAY, E. [1987]. *L'Etat contemporain en Afrique*, Paris, L'Harmattan.

• TOURNEUX, H. ; WOÏN, N. [2009]. Migrations et mobilité dans le bassin du lac Tchad, Marseille, IRD Éditions.

• TUBIANA, J.; ARDITI, C.; PAIRAULT, C. [1994]. *L'identité tchadienne. L'héritage des peuples et les apports extérieurs.* Paris, L'Harmattan.

• TUBIANA, M.J. [1985]. *Des troupeaux et des femmes : mariage et transfert de biens chez les Beri [Zaghawa et Bidéyat] du Tchad et du Soudan*, Paris, L'Harmattan.

• VACHER DE LAPOUGE, G. [1909]. *Race et milieu social : essais d'anthropo-sociologique,* Paris, M. Rivière.

• VATIN, F. [1990]. *L'industrie laitière. Essai d'histoire économique*, Paris, l'Harmattan.

• VIVIEN, A. [2006]. *N'Djamena [naguère Fort-Lamy]. Histoire d'une capitale africaine*, Paris, Sépia.

• WALTHER, O. ; RETAILLE, D. [2008]. *Le modèle sahélien de la circulation, de la mobilité et de l'incertitude spatiale*, Paris, Autrepart, n° 47.

• WALTHER, O. [2008]. *Affaires de patrons : villes et commerce transfrontalier au sahel*, Berne, Peter Lang.

• WARNIER, J-P. [1994]. *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse*, Paris, L'Harmattan.

• WEBER, M. [1995]. *Economie et société*, Tome 2, Paris, Plon, [2e éd.].

• WORKS, J. [1976]. *Pilgrims in a Strange Land - The Hausa Communities in Chad*, New York, Columbia University Press.

• WYSS, K. [2000]. *Villes en sursis : expérience au Tchad et au Sénégal*, Paris, L'Harmattan.

• YAKUBU, M. [1996]. *Merchants of colonial Borno: men, means and methods*, Frankfort, Berichte des Sonderforschungsberichs n° 268, Band 8, pp. 231-254.

• ZAFINDRAJOANA, P., GAUTHIER, J., BOUCHEL, D., KOUSSOU, M. [1997]. *Mission d'identification d'un projet visant à l'amélioration de l'approvisionnement laitier de N'Djamena*, Montpellier, Rapport CIRAD-EMVT, n° 97-022.

• ZELTNER, J-C. [2000]. *Les pays du Tchad et la montée des périls : 1795-1850*, Paris L'Harmattan.

• ZELTNER, J-C. [2000]. *Pages d'histoire du Kanem, pays tchadien*, Paris, L'Harmattan.

• ZELTNER, J-C. ; TOURNEUX, H. [1986]. *L'arabe dans le bassin du Tchad*, Paris, Karthala.

Glossaire

Ici, il s'agit des termes ou appellations locaux utilisés dans le contenu de cette thèse. Leur transcription française tient compte des prononciations en vigueur au Tchad et à N'Djamena. Car, ils peuvent variés d'un milieu à un autre. Les parenthèses renvoient à l'origine linguistique du mot. Ils sont classés par ordre alphabétique.

Abba Gazasse [arabe dialectal] : collecteur de produits divers en particulier les matériels de construction usés.

Ab-chanab [arabe] : poisson de famille des silures, appellation par à cause de ses barbes

Allah [arabe] : Dieu, dieux, sacré ou divinité.

Ambounou [arabe] : feuille cueillie fraiche ou séchée. Elle est utilisée pour préparation d'une sauce gluante, très prisée par les femmes Kim.

Am-djamena [arabe]. Lieux de repos, la paix.

Argui [arabe] : alcool traditionnel obtenu par distillation.

Asso [français africain]: le diminutif d'associé, terme que ces femmes utilisent pour désigner leur clientèle habituelle.

Azouma [arabe] : une sorte de cérémonie de réjouissances pendant laquelle les invités offrent quelques petits billets de banque à l'organisateur[le plus souvent une ou plusieurs femmes] de la cérémonie.

Bagar ou bagarra [arabe] : bœuf ou Zébu.

Balbout [arabe] : poisson de famille des silures, appellation par à cause de ses glissements.

Bili-bili [Sango] : alcool traditionnel à base du mil obtenu par la fermentation. Au Tchad, sa désignation varie selon les régions : le bili-bili au sud. Le Khal au BET et au Kanem, au Lac et dans le Ouaddaï. Le Kondorong au Guera, Salamat, Dar Sila, Batha. La Cochette répandue dans le May-Kebbi et la Tandjilé.

Boule [français centre-africain] : pâte à base de farine [céréales ou tubercules]. Recette traditionnelle aimée par beaucoup d'Africains. En Afrique de l'ouest, son équivalent, c'est le Tau [bambara].

Clando [diminutif de clandestin] : taxi-moto.

Colombiens [français]: termes utilisés à N'Djamena pour désigner les voleurs, pique-pokets autres brigands. A l'origine il servait à désigner uniquement les petits voleurs du marché Dembé, surtout les malfaiteurs noctambules de la forêt de Dembé.

Coro [arabe] : unité populaire de mesure de volume au Tchad. C'est l'équivalent de 2 litres.

Daraba [arabe]: gombo ou fruit de cette plante dont la préparation permet d'obtenir une sauce gluante.

Doctor Choukou [français] : les pharmaciens populaires, en référence aux vendeurs Kanembou de marché de Mil.

Forfo [arabe] : appellation de carpe ou tilapia.

Garga [arabe] : poisson de famille des silures, appellation silures par à cause de ses écailles piquants.

Hadj [arabe] : pèlerinage à La Mecque pour la sanctification. Et, aujourd'hui le signe de la réussite socio-économique.

Hakouma [arabe] : Etat, gouvernement, l'autorité.

Houd [arabe]: poisson ;

Kirdi [pluriel] : mécréants. Désigne les populations sudistes non musulmanes.

Kitab [arabe]: livre, ouvrage, texte.

Konguil [arabe créole] : affaire d'argent [arabe local].C'est la débrouille.

Laban [arabe] lait en liquide dont Hélib signifie lait frais et rouaba, lait caillé.

Maï-Lama [haoussa] : spécialiste de la grillade de viande [en arabe grilleur].

Pari-vente / pari-carpe [français]: soirées organisées par plusieurs femmes [quelque fois on y trouve des hommes associés] afin de vendre en quantité aux invités.

Rayib [arabe]: yaourt.

Souk [arabe]: marché populaire.

Talanes [arabe] : femmes arabes vendeuses ou productrices des produits laitiers.

Taro [indigène] : de son nom scientifique, *colocasia esculenta*. Tubercule cultivé et commercialisé au Tchad par les Kim, le taro est très prisé par les populations tchadiennes.

Tudjar [arabe] : commerce, échange

Zipté [arabe] : beurre artisanal.

Table des cartes

Carte 1 : situation du Tchad p.47
Carte 2 : les 14 préfectures du Tchad p.48
Carte 3 : les 22 régions du Tchad p.51
Carte 4 : zones économiques du Tchad p.55
Carte 5 : zones de conflits armés au Tchad p.67
Carte 6 : les groupes ethniques du Tchad p.78
Carte 7 : situation de N'Djamena p.82
Carte 8 : ville de N'Djamena en 1906 p.86
Carte 9 : ville de N'Djamena en 1960 p.87
Carte 10 : ville de N'Djamena en 1976 p.88
Carte 11 : les limites en cours d'urbanisation p.90
Carte 12 : résidentialisation ethnique des quartiers p.96
Carte 13 : localisation des marchés de N'Djamena p.111
Carte 14 : N'Djamena et les localités environnantes p.145
Carte 15 : implantation des quincailleries dans les quartiers p.191
Carte 16 : le nombre des quincailleries et le poids de population p.192
Carte 17 : implantation des épiceries dans les quartiers p.208
Carte 18 : nombre des épiceries et le poids de population par arrondissement p.208
Carte 19 : implantation des bars par quartier p.232
Carte 20: nombre des bars et le poids de population par arrondissement p.232

Table des encadrés

Encadré n°1: dates marquantes des conflits tchadiens p.66
Encadré n°2: exemple de l'avenue Kondol à Moursal p.112

Table des figures

Figure 1 : le réseau des concepts p.35
Figure 2 : indicateurs de concepts p.36
Figure 3 : principaux secteurs économiques de N'Djamena p.106
Figure 4 : principaux secteurs économiques par arrondissement p.106
Figure 5 : secteurs du commerce ethnique p.139
Figure 6 : impacts socio-économiques du commerce des poissons p.160
Figure 7: évolution des friperies à N'Djamena depuis 1980 p.168
Figure 8 : nombre des vendeurs de lait à N'Djamena p.174
Figure 9: générations des quincailliers Kréda p.194
Figure 10: modélisation des réseaux familiaux ouaddaïens p.214
Figure 11: épiceries ouaddaïennes de 1960-2010 à N'Djamena p.215
Figure 12: répartition des groupes Sara par région. p.219
Figure 13: répartition des groupes Banana par région p.221
Figure 14: modélisation des relations macroéconomiques p.248

Table des photos

Photo 1 : marché central p.109
Photo 2 : marché de Mil et de Dembé p.110
Photo 3 : troupeaux marché de bétail de Diguel p.120
Photo 4 : étals de légumes aux marchés central et de Dembé p.142
Photo 5 : étals de légumes au marché Al-Darazad p.148
Photo 6 : vendeuses Toupouri au marché central p.151
Photo 7 : vendeuses Kim au marché de Dembé p.160
Photo 8 : stands de friperies au marché central p.161
Photo 9: étals de friperies au marché de Dembé p.166
Photo 10: dépôt de friperies au marché central p.167
Photo 11: collecteur de lait et son neveu à l'entrée de N'Djamena p.175
Photo 12: les femmes talanes au marché de Mil p.177
Photo 13: usine de transformation de lait, Somafa p.179
Photo 14: quincaillerie au quartier Moursal p.186
Photo 15: jeune quincaillier devant son magasin à Moursal p.195
Photo 16: épicerie ouaddaienne au quartier Chagoua p.204
Photo 17: "Rasta Bar Dancing" au quartier Moursal p.225
Photo 18: DJ anime la soirée VIP à N'Djamena p.226
Photo 19: entrée du bar "La Plantation" à Walia p.237
Photo 20: "Le Rex Night Club" à Moursal p.238

Table des tableaux

Tableau 1: types d'espaces p.29
Tableau 2: échantillon de la population étudiée p.42
Tableau 3: les 14 préfectures du Tchad p.49
Tableau 4: les 22 régions du Tchad p.50
Tableau 5: production et prix d'achat du coton au producteur p.57
Tableau 6: recettes pétrolières p.57
Tableau 7: population du Tchad par région p.72
Tableau 8: nombre [%] des principaux groupes ethniques p.73
Tableau 9: principales langues nationales p.75
Tableau 10: principales religions au Tchad p.79
Tableau 11: arrondissements et quartiers de N'Djamena p.83
Tableau 12: évolution de population de N'Djamena [1910-2010] p.91
Tableau 13: rapport entre les recensements de 1993 et de 2009 p.92
Tableau 14: répartition de la population par arrondissement p.92
Tableau 15: densité de la population par arrondissement p.93
Tableau 16: groupes ethniques de plus de 1% à N'Djamena p.94
Tableau 17: nationalités étrangères à N'Djamena p.95
Tableau 18: groupes ethno-économiques régionaux p.133
Tableau 19: commerces spécialisés à N'Djamena p.138
Tableau 20: filières les plus ethnicisées à N'Djamena p.140
Tableau 21: classification des principaux légumes p.142
Tableau 22: production de légumes en 2010 à N'Djamena p.144
Tableau 23: appartenance ethnique et origine géographique des légumes p.147
Tableau 24: appartenance ethnique des vendeuses de poissons frais p.154
Tableau 25: coût et bénéfice des ventes de poissons p.159
Tableau 26: expansion du commerce de friperies p.164
Tableau 27: appartenance ethnique des commerçants de lait p.173
Tableau 28: appartenance ethnique des quincailliers p.187
Tableau 29: nombre de quincailleries par arrondissement p.188
Tableau 30: nombre de quincailleries par quartier p.189
Tableau 31: structures ethno-économiques des Ouaddaïens p.202
Tableau 32: nombre d'épiceries ouaddaïennes par quartier p.205

Tableau 33: nombre d'épiceries ouaddaïennes par arrondissement p.207
Tableau 34: appartenance ethnique des épiciers à N'Djamena p.211
Tableau 35: structures ethno-économiques des Sara p.218
Tableau 36: structures ethno-économiques des Banana p.220
Tableau 37: débits de boissons alcoolisées à N'Djamena p.224
Tableau 38: bars les plus populaires à N'Djamena p.228
Tableau 39: répartition des bars par quartier p.228
Tableau 40: nombre de bars recensés par arrondissement p.230
Tableau 41: quartiers les plus couverts de bars N'Djamena p.231
Tableau 42: appartenance ethnique des gérants de bars p.236
Tableau 43: groupes ethniques et religions au Tchad p.239
Tableau 44: différents processus d'ethnicisation du commerce p.246

Table des annexes

Questionnaire n° 01 : commerçants p.290
Questionnaire n° 02 : consommateurs p.292
Questionnaire n°03 : services publics p.294
Guide d'entretien n°01 : commerçants p.295
Fiche d'observation p.296
Structure de l'échantillon [population étudiée] p.297
Carte des ethnies du Tchad p.298
Liste des ethnies du Tchad p.299
Carte des ethnies du centre, de l'ouest et du sud du Tchad p.300

ANNEXES

Questionnaire n° 01

Destinataires : Commerçants

I. Identification et localisation

Type de commerce……

Arrondissement :……

Quartier :……Carré:……

Prénom :……Age :……..…

Niveau scolaire……Religion……

Langue maternelle ……

II. Activités économiques régionales [à cocher et à remplir]

01. Quelles activités agricoles pratiquez-vous dans votre région d'origine ?

Coton: Riz: Sorgho : Beréberé :
Manioc : Pénicillaire:
Autre :

1.1. Aidez-vous votre famille à ces activités ? Oui : ☐ Non :
1.2. Si oui, comment :
1.3. Sinon, pourquoi :

02. Elevage
2.1. Elevage transhumant de :
2.2. Elevage nomadisant de :
2.3. Elevage domestique de :
2.4. Quelles autres activités économiques pratiquent vos proches dans la région d'origine :

2.5. Aidez-vous votre famille à ces activités ? Oui : ☐ Non :
2.6. Si oui, comment ?
2.7. Sinon, pourquoi ?

03. Dans votre région d'origine, vos proches pratiquent-ils le commerce?
Oui: Non:
3.1. Si oui, quel type de commerce ?
3.2. Si non, pourquoi ?

3.3. Les aidez-vous à cette activité ? Oui : ☐ Non :
3.4. Si oui, comment ?
3.5. Sinon, pourquoi ?

III. Commerces à N'Djamena

01. Depuis quand exercez-vous votre activité ?

C'est une activité : Familiale Initiative personnelle :
Autres :

02. Comment avez-vous trouvé le capital ?
Moyens propres : crédit social : Crédit bancaire:
Autres :
03. Employez-vous des personnes ?
Oui: Non:

04. Si oui, combien ?
05. Si non, pourquoi ?
06. Avez-vous des affinités avec vos employés : Oui: Non:
07. Si oui, lesquels ?
08. Combien de temps consacrez-vous aux travaux pour ?

09. Activités commerciales : Autres activités :
10. Comment gérez-vous le calendrier avec les autres activités ?
11. Où approvisionnez-vous principalement ?
12. Comment ?
13. Quelles sont les catégories de vos clients ? Expatriés : Tchadiens :
14. Autres :
15. Combien d'argent le commerce vous a rapporté l'an passé ? Frs Cfa
16. Combien d'argent avez-vous payé l'an passé les taxes ? Frs Cfa
17. Combien d'argent vous rapportent les autres activités? Frs Cfa
18. Lesquelles ?
19. Le commerce, pensez-vous le : Continuer : -Arrêter - Autre :
20. Pourquoi
21. Avez-vous des liens avec d'autres commerçants ? Oui : Non :
22. Par exemple
23. Si oui, quels liens ?
24. Si non pourquoi ?
25. Pensez-vous élargir vos activités dans les autres villes ?
Oui : Non : Ne sait pas :
26. Justifiez votre réponse :
27. Etes-vous satisfait des services publics à vos égards?
Plutôt satisfait: Satisfait: Pas satisfait: Sans réponse:
28. Justifiez votre réponse :
29. Dans votre vie, le commerce vous a permis de réaliser :
30. Avec cette activité, votre vie a-t-elle changé ? Oui: Non:
31. Justifier votre réponse :
32. Que pensez-vous du commerce au Tchad ?
33. Qu'attendez-vous de l'Etat tchadien ?
34. Qu'attendez-vous de l'Etat tchadien ?
35. Racontez comment vous êtes arrivé au commerce :

Merci

Questionnaire n°2 :

Destinataires : Consommateurs

I. Identification et localisation

Type de commerce……

Arrondissement :……

Quartier :……Carré:……

Prénom :……Age :……..…

Niveau scolaire……Religion……

Langue maternelle ……

II. Activités économiques [si sans activité, passez à la question n° 05]

04. Quelles activités pratiquez-vous à N'Djamena ? Commerce: Agricole:
Service : Administration : Autres:
05. Si autre, lequel ?
06. Quel votre revenu annuel:
07. Depuis quand exercez-vous votre activité ?
08. Y a-t-il de personnes à votre charge:
Si oui, combien :
Sinon, pourquoi ?
09. Quelles activités économiques pratiquent vos proches dans votre région d'origine ?
10. Aidez-vous votre famille à ces activités ?
Oui : Non :
11. Si oui, comment ?
12. Sinon, pourquoi ?
13. Dans votre région d'origine, vos proches pratiquent-ils le commerce?
Oui: Non:
14. Si oui, quel type de commerce ?
15. Si non, pourquoi ?
16. Les aidez-vous à cette activité ? Oui : Non :
17. Si oui, comment ?
18. Sinon, pourquoi ?

III. Consommation et impressions

19. Dans magasin approvisionnez-vous fréquemment ?
Quincaillerie: épicerie ouaddaïenne :
20. Quelle est l'origine ethnique de ce commerçant.
21. Est -il : - chrétien : - musulman - sudiste : - nordiste:
22. Avez-vous des affinités avec le commerçant : Oui: Non:
23. Si oui, quels liens ?
24. Combien d'argent dépensez-vous en moyenne par moi dans ce magasin?
Frs Cfa

25. Ce commerçant est –il : accueillant : arrogant - sympathique:
26. Justifiez votre réponse
27. Etes-vous satisfait du service?
Plutôt satisfait: Satisfait: Pas satisfait: Sans réponse:
28. Justifiez votre réponse
29. Que pensez-vous de prolifération de ces commerces dans votre quartier?
30. Etes-vous allé dans un bar à N'Djamena ? Oui: Jamais:
31. Justifiez votre réponse
32. Il semble que certains commerces sont ethniques.
33. Si oui, lesquels par exemple :
34. Si non, justifiez votre réponse :
35. Que pensez-vous du commerce ethnique à N'Djamena ?
36. Et le rôle l'Etat tchadien ?
37. Avez-vous quelque chose à ajouter:

Merci

Questionnaire n°3

Destinataires : Services publics [Mairie, Arrondissements, Impôts

I. Identification et localisation

Type de commerce……

Arrondissement :……

Quartier :……Carré:……

Prénom :……Age :……..…

Niveau scolaire……Religion……

Langue maternelle ……

II. Nature du service et rapport

38. Quel type de commerce contrôlez-vous fréquemment:
39. Estimez-vous combien à N'Djamena le nombre de :

    Quincailleries : - épiceries ouaddaïennes Bars :
40. Quelle est la nature du contrôle ?
41. Expliquez votre réponse
42. Avez-vous des affinités avec le commerçant : Oui: Non:
43. Si oui, quels liens ?
44. Combien de contrôle effectuez-vous dans ces magasins? ☐
45. Ces commerçants sont –ils :

    Accueillants : arrogants - sympathiques:
46. Justifiez votre réponse :
47. Etes-vous satisfait de votre service?

    Plutôt satisfait: Satisfait: Pas satisfait: Sans réponse:
48. Justifiez votre réponse :
49. Quelle est l'origine ethnique de ce commerçant.
50. Est –il :

    Chrétien : - musulman - sudiste : - nordiste:
51. Que pensez-vous de prolifération de ces commerces dans votre quartier?
52. Il semble que certains commerces sont ethniques.
53. Si oui, lesquels par exemple :
54. Si non, justifiez votre réponse :
55. Que pensez-vous du commerce ethnique à N'Djamena ?
56. Et le rôle l'Etat tchadien ?
57. Avez-vous quelque chose à ajouter:

Merci

Guide d'entretien n° 1

Destinataires : Commerçants

I. Identification et localisation

Type de commerce……

Arrondissement :……

Quartier :……Carré:……

Prénom :……Age :……..…

Niveau scolaire……Religion……

Langue maternelle ……

II. Thématiques ou questions

Q1. Présentez-vous ?

Q2. Implantation de votre activité commerciale [choix, lieux et raisons].

Q3. Parlez-nous des principales activités dans votre région d'origine

Q4. Racontez comment vous êtes arrivé au commerce ?

Q5. Décrivez-nous votre activité commerciale ?

Q6. Que pensez-vous du commerce au Tchad ?

Q7. Impact du commerce sur votre vie ?

Q8. Qu'attendez-vous de l'Etat tchadien ?

Q9. Avez-vous un mot à dire aux commerçants de N'Djamena ?

Merci

Fiche d'Observation

A l'usage de l'enquêteur

I. Localisation et identification

- Commerce :……Arrondissement :……
- Quartier :……
- Commerçant [facultatif] :……

II. Cadre social [photographie si possible].

1. Logement

L1. Deux pièces : L2. Pièce unique : L3. Autre:

2. Transport

T1.Camion: T2.Moto : T3.Motocyclette : T4.Vélo :

T5.Charrette : T6.Pousse-pousse: T7.Animal: T8.Autre:

3. Habitat

H1.Chaume : H2.Banco : H3.Dur : H4.Semi-dur :

H5.Autre:

III. Visite des lieux ou enseignes [*photographie si possible]*.

4. *Implantations des commerce à proximité de* :

I1. Ets sportifs I2.Ets scolaire : I3. Marchés : I4.Avenue:

I5. Carrefour: I6.Boulevard: I7. Rue : I8.Avenue:

Remarques

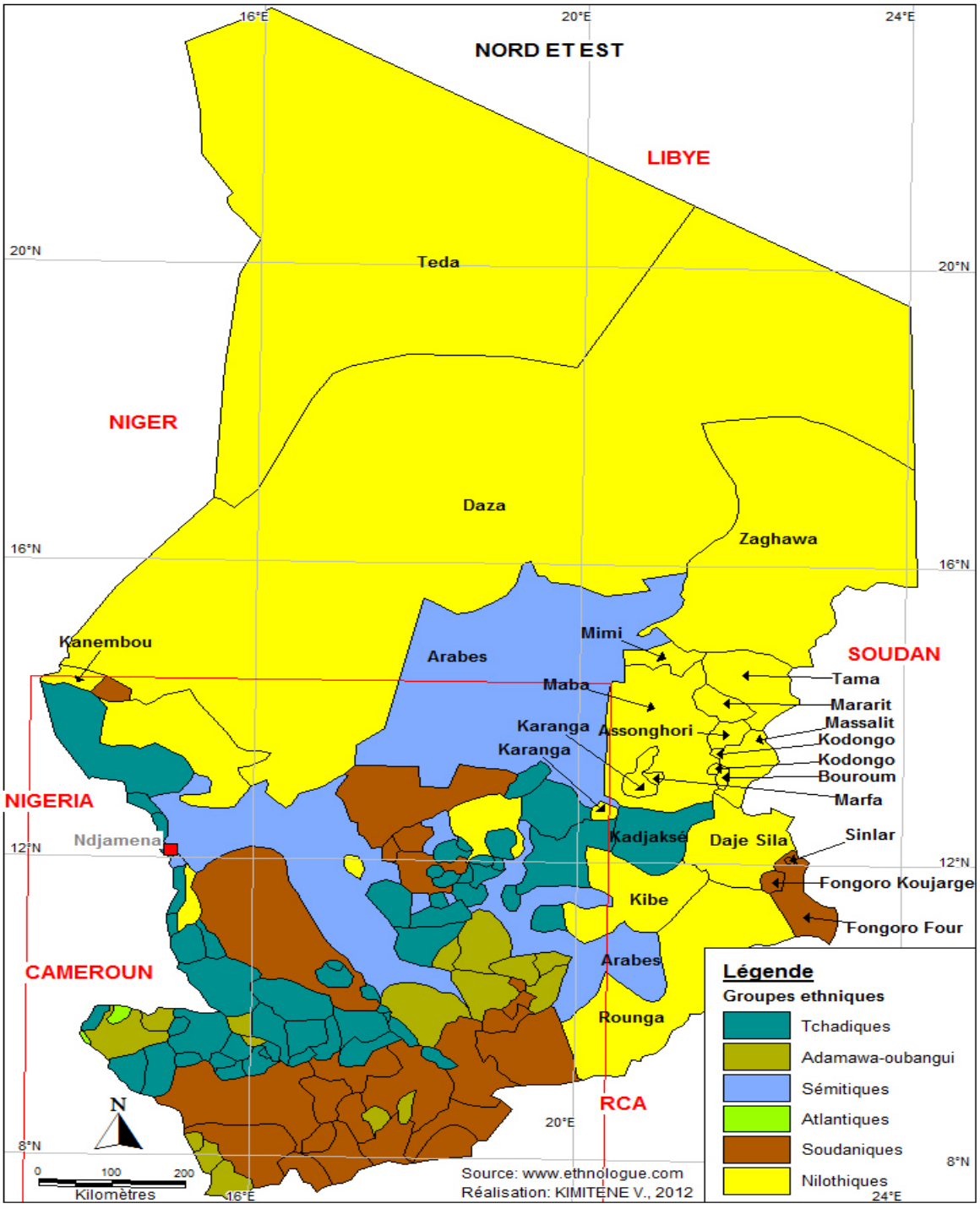
Structure de l'échantillon par arrondissement [tranche d'âge est comprise entre 18-80 ans].

Catégories / Unités ad.	Agents publics	Bars	Conso.	Epiceries	Friperies	Laits	Poissons	Quincailleries	Légumes
1er	2	4	5	4	2	3	2	4	2
2ème	2	4	5	2	1	1	1	4	1
3 eme	2	5	8	5	3	2	3	5	2
4 eme	2	6	8	2	2	3	1	6	2
5 eme	2	4	7	4	2	2	2	5	2
6 eme	2	5	9	7	2	1	2	5	3
7 eme	2	7	9	9	3	2	3	6	2
8 eme	2	5	7	3	2	2	2	5	2
9 eme	2	6	8	8	2	2	3	6	3
10 eme	2	4	5	4	1	2	1	4	1
Total	20	50	70	50	20	20	20	50	20
	320 personnes enquêtées à N'Djamena dont 110 femmes [34,4%]								

NB : concernant le public de consommateurs, les 70 personnes sont sélectionnées aléatoirement en ville ou devant les commerces. Base de sondage étant négligé, le choix est porté sur des personnes très ciblées en fonction de leur rôle et place dans ce commerce.

II. Géographie ethnique du Tchad

1. Carte des ethnies du Tchad.



2. Les ethnies du nord et de l'est du Tchad

Les ethnies Goranes

- Daza
- Teda
- Zaghawa

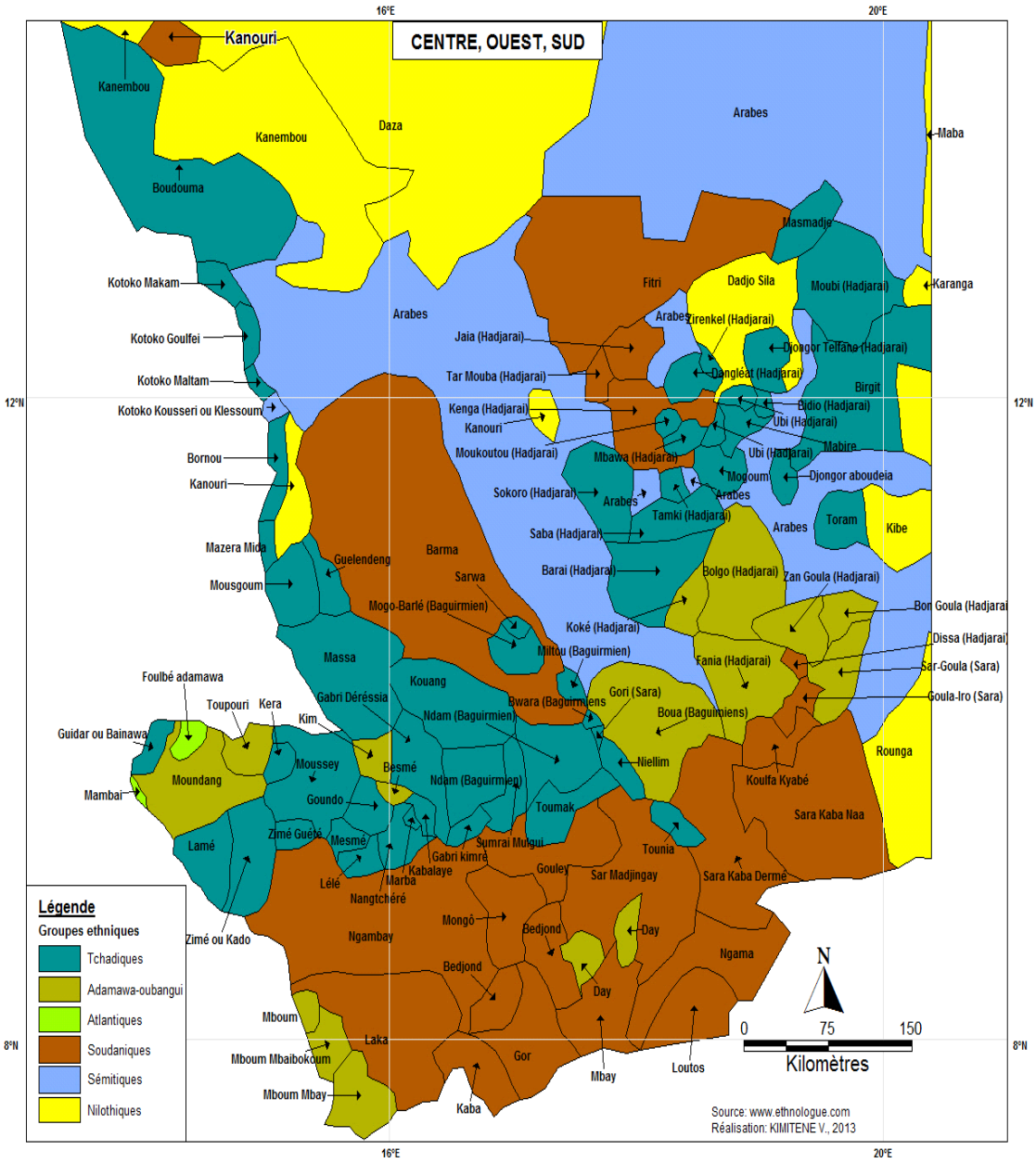
Les ethnies ou tribus Arabes

- Toundjour
- Salamates
- Missiriés
- Hémates
- Massalates
- Masmadjé
- Ouled Rachid
- Ouled-Kanem
- Ouled-Sileman
- Babalia

Les ethnies Ouaddaïennes

- Assonghori
- Bouroun
- Dajo Sila
- Fongoro
- Fongoro-Koujarge
- Four
- Kadjaksé
- Karanga
- Kibet
- Maba
- Mabang
- Mararit
- Marfa
- Massalit
- Mimi
- Rounga
- Rounga-Kibet
- Siniar
- Tama

1. Carte des ethnies du centre, de l'ouest et du sud du Tchad.



3. Liste des ethnies du centre, de l'ouest et du sud du Tchad.

Les ethnies Kouri

- Birni-Gana
- Boudouma
- Kanembou
- Kanouri
- Kotoko-Goulfey
- Kotoko-Kousseri ou Klesem
- Kotoko-Makari
- Kotoko-Maltam

Les ethnies Fitri

- Boulala
- Kouka
- Médogo

Les ethnies Hadjaray

- Barain
- Bidio
- Birgit
- Bolgo
- Bon Goula
- Dajo Guera
- Dangléat
- Dissa
- Djonkor Aboudeia
- Djonkor Telfane
- Fania
- Jaïa
- Kenga
- Koké
- Mabire
- Mawa
- Mogoum
- Moubi
- Moukoulou
- Saba
- Sokoro
- Tamki

- Tar Mourba
- Toram
- Ubi
- Zan Goula
- Zirenkel

Les ethnies baguirmiennes

- Barma
- Boua
- Bwara
- Gori
- Guélédeing
- Miltou
- Mogo-Barlé
- Ndam
- Niéllim
- Sarwa
- Toumak
- Tounia

Les ethnies Banana

- Besmé
- Gabri Déressia
- Goundo
- Kabalaye
- Kéra
- Kim
- Kouang
- Lamé
- Lélé
- Marba
- Massa
- Mazera-Mida
- Mesmé
- Moundang
- Mousgoum
- Moussey
- Nantchéré
- Soumraï
- Soumraï- Mulgi
- Toupouri
- Zimé Guetté
- Zimé ou Kado

Les ethnies Sara

- Bedjond
- Day
- Gabri-Gam
- Gabri-Kimré
- Gor
- Goula-Iro
- Goula-Iro
- Goulay
- Kaba
- Koulfa Kyabé
- Koulfa Kyabé
- Laka
- Louto
- Mbay
- Mboum
- Mboum Bokoum
- Mboum Mbay
- Mongô
- Ngama
- Ngambay
- Pen
- Sar Madjingay
- Sara Kaba Demé
- Sara-Kaba Naâ
- Sar-Goula

Les ethnies peules

- Foulbé
- Baïnawa ou Guidar
- Mambaï
- Mbororo

Tableau 18 : les groupes ethno-économiques régionaux.

Sud du Tchad			
SARA	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Kaba Madjingay Ngama Laka Ngambay Mbay Day Mango Gor Goulay Mboum Mouroum Louto	**26,0 %**	Kyabé Sarh, Koumra Maro Goré Moundou, Bénoye Moïssala Moïssala Bebidja Doba Dono Manga, Koumra MbaÏbokoum Laï, Guidari Maro	Ensemble pratique : ▪ Agriculture, ▪ Pêche, ▪ Cueillette, ▪ Chasse, ▪ Artisanat, ▪ Elevage domestique, ▪ Transport, ▪ Commerce [coton, Arachide, mil, Karité, Néré, alcool, bétail et volaille].

Sud- ouest du Tchad			
BANANA	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Massa Moussey Marba Lélé Nantchéré Kabalay Gabri Kim Mousgoum Moundang Toupouri Kado Mesmé Besmé	**16 %**	Bongor Gounou-Gaya Kélo Kélo Béré Laï Gam, Déressia Kim, Kolobo, Eré, Djoumane Katoa Léré, Gagal, Torock Fianga Pala Kélo	▪ Agriculture, ▪ Pêche, ▪ Cueillette, ▪ Chasse, ▪ Artisanat, ▪ Elevage domestique, ▪ Transport, ▪ Commerce [coton, Arachide, mil, Riz, Taro, Karité, Néré, alcool, bétail et volaille, poisson].

Sud-ouest du Tchad			
PEULS	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Foulbé Mbororo Guidar Mobai	**1,9 %**	Binder, Bongor Dourbali, Karmé Binder Léré	Ensemble pratique : ▪ Agriculture ▪ Elevage de zébus**,** moutons, chèvres. ▪ Commerce [pièces auto-moto, mil, bétail, volaille]. ▪ Transport, ▪ Artisanat ▪ Maraichage.
Kéra Lamé Péré Soumraï		Messeré Fianga Pala Pala Kimré	

Centre –sud du Tchad			
BAGUIRMIENS	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Barma Toumak Tounia Boua Niéllim Ndam	**1,4 %**	Massénya, Bousso Goundi Sarh Kouno Pouro Kouno	Ensemble pratique : ▪ Agriculture ▪ **Pêche** ▪ Elevage de moutons, chèvres, ânes, chevaux ▪ Commerce [poisson, mil, bétail, volaille]. ▪ Transport, ▪ Artisanat, ▪ Maraichage.

Centre - nord du Tchad			
ARABES	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Toundjour Salamates Missiriés Hémates Massalates Masmadjé Ouled Rachid Ouled-Kanem Ouled-Sileman Babalia[141]	**13,6 %**	Mondo Am-Timan Oum-Hadjer, Assinet Massakori Am Dam Oum Hadjer Massaguet, Ngoura Massakori, Karal Arada Djermaya, Dourbali N'Djamena, Bokoro Karal, Djermaya, Ngoura	Ensemble pratique : ▪ Agriculture ▪ Grand élevage de chameaux, zébus, moutons, chèvres, ânes, chevaux ▪ Commerce [Produits laitiers, bétail]. ▪ Transport, ▪ Artisanat

[141]Les Babalia sont le seul groupe arabe qui a gardé de nos jours sa langue d'origine qui est un mélange entre l'arabe et *le bérakou*, peuple proche des arabes de Djouba au sud Soudan. Ethnie dispersée dans le Chari-Baguirmi [N'Djamena, Djermaya, Karal, Tourba, Bokoro, Ngoura].

Ouest du Tchad			
KOURI	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Birni ou Bornou Boudouma Haoussa Kanembou Kanouri Kotoko	**8,7 %**	Mandalia, Mailao Bol, Bagassola, Liwa N'Djamena, Mandalia Bol, Mao, Ngouri Bol, Massakori N'Djamena, Kousseri	Ensemble pratique : ▪ Agriculture ▪ Elevage de moutons, chèvres, ânes, chevaux ▪ Commerce [maïs, blé, natron, mil, bétail, volaille]. ▪ Transport, ▪ Artisanat, ▪ Maraichage.

Centre du Tchad			
HADJARAY	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Bidio Dadjo Dangléates Djonkor Kenga Barain Moukoulou Moubi Yalnas Abbassiés	**3,9 %**	Mongo, Niergui Mongo, Baro Barlo, Dadouar Bitkine Bitkine, Mataya Melfi Mangalmé Golonti, Niergui	Ensemble pratique : ▪ Agriculture ▪ Elevage de zébus, moutons, chèvres, ânes, chevaux ▪ Commerce [arachide, mil, bétail, volaille]. ▪ Transport, ▪ Artisanat, ▪ Maraichage.

Centre du TCHAD			
FITRI	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Boulala Kouka Médogo	**4,0 %**	Bokoro, Yao Yao Koundjourou	Ensemble pratique : ▪ Agriculture ▪ Elevage de moutons, chèvres, ânes, chevaux ▪ Commerce [mil, bétail, volaille]. ▪ Transport, ▪ Artisanat ▪ Maraichage.

Est du Tchad			
OUADDAIENS	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Maba Tama Mimi Assonghoris Massalites Abou Charib[142] Mararites Kadjaské Dadjo	**10,3 %**	Abéché, Ouara, Gueréda Biltine Adré Adré Am-Zoer Am-Zoer Am Dam Goz-Beida	Ensemble, ils pratiquent : ▪ Grand élevage de Chameaux, zébus, moutons, chèvres, ânes, chevaux. ▪ Agriculture ▪ Commerce [arachides, oignons, mil, bétail, volaille, Maroquineries]. ▪ Transport, ▪ Artisanat.

[142] Les Abou-Charib parlent le *mararite*, langue qu'ils ont dû adopter de leurs voisins Mararites au cours de l'histoire.

Nord du Tchad			
GORANES[143]	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Teda Daza Anakaza Kréda Zaghawa Kamadja	**10,3%**	Bardai, Zouar Faya, Gouro Faya, Fada, Mossoro Biltine, Iriba Faya, Kirdimi	Ensemble pratique : ▪ Grand élevage de Chameaux, bœufs, moutons, chèvres, ânes, chevaux ▪ Commerce [sel, dattes, bétail, volaille]. ▪ Transport ▪ Artisanat ▪ Maraîchage

TCHAD			
ETRANGERS	**Nombre**	**Terroir régional**	**Activités principales régionales**
Sénégalais Soudanais Cemac Ibo Européens Autres.	**1,0 %**	N'Djamena Abéché, Goz-Beida Gueréda, Iriba, Adré N'Djamena N'Djamena N'Djamena Disséminés partout	Ensemble pratique : ▪ Couture, ▪ Resto, ▪ Blanchissage ▪ Agriculture, ▪ Service ▪ Commerce

[143] *Gorane* [appellation arabe] et *Toubou* [appellation Kanembou] sont synonymes et désignent le même groupe humain [voir les pages 85 et 210].

Tableau 1: Type d'espaces usuels.

A. Espaces disciplinaires

- Espace social
- Espace économique
- Espace géographique
- Etc.

1. Espaces spécialisés
   - Espace agricole
   - Espace industriel
   - Espace financier
   - Espace commercial
   - Espace touristique
   - Etc.
2. Espaces dimensionnés
   - Espace local
   - Espace régional
   - Espace national
   - Espace transnational
   - Etc.
3. Espaces zonés
   - Espaces ruraux
   - Espaces urbains
   - Espaces naturels
   - Espaces aériens
   - Espaces maritimes
   - Etc.
4. Espaces quotidiens
   - Espace résidentiel
   - Espace scolaire
   - Espace familial
   - Espace professionnel
5. Espaces produits
   - Espace public
   - Espace privé
   - Espace foncier
   - Espace bâti
   - Espace construit
   - Espace marchand
   - Espace conquis
   - Etc.
6. Espaces mentaux
   - Espaces intérieurs
   - Espaces vécus
   - Espaces perçus
   - Espaces appréhendés
   - Espaces représentés
   - Etc.
7. Spatialités
   - Paysage
   - lieu
   - Milieu
   - Etendue
   - Territoire
   - Environnement
   - Zone
   - Région

8. L'espace est politique, donc global, mais aussi enjeu, dès lors qu'il est idéologique, d'où l'idéologie de l'espace.

9. Espace est fantasmé, donc il est mythique !

Table des matières

Dédicace p.1
Remerciements p.3
Sigles et abréviations p.4
Résumé p.7
Sommaire p.8

Introduction Générale p.9

Première partie : Cadre général de la recherche p.18

Chapitre 1 : Cadre théorique et méthodologique p.18

1.1. Le sujet de thèse p.18
1.2. Problématique p.19
1.3. Etat de la question p.21
1.4. Hypothèses de départ p.27
1.5. Définition des concepts clés p.27
a) Le concept d'espace *p.28*
b) La notion d'espace marchand *p.29*
c) Les notions d'ethnicisation du commerce *p.31*
1.6. Méthodologie p.38
a) *Recherches documentaires* *p.38*
b) Le travail de terrain. *p.39*
c) Des données à l'analyse *p.44*

Chapitre 2: Le Tchad p.47

2.1. Géographie générale p.47
2.2. Aspects économiques p.54
2.3. Aspects historiques p.58
a) La période précoloniale *p.58*
b) La période coloniale *p.61*
c) La période post-coloniale *p.62*
d) Aperçu historique sur le commerce au Tchad *p.67*
2.4. La population tchadienne p.71
a) Les langues officielles de l'État *p.74*
b) Les langues nationales *p.74*
c) Les langues véhiculaires *p.76*
d) Un pays rural encore *p.77*

Chapitre 3: N'Djamena p.81

3.1. La croissance de la ville p.84
3.2. Une population d'immigrants p.89

3.3. Immigration et quartiers ethniques p.93
a) Des foyers intérieurs tchadiens p.96
b) Du Soudan équatorial p.96
c) Du Soudan occidental p.96
d) De l'angle oriento-égyptien p.96
3.4. Une économie du commerce p.102
3.5. Les espaces marchands n'djamenois p.107
a) Les souks de N'Djamena p.107
b) Les principales voies commerçantes p.110

Deuxième partie : Le commerce ethnique et les réseaux marchands p.113

Chapitre 4: Généralités sur le commerce ethnique au Tchad. p.115

4.1. Une vieille histoire p.115
4.2. Des exemples de réseaux marchands p.117
4.3. Les réseaux clientélistes p.120
4.4. Les réseaux transnationaux p.126
a) La suite des réseaux transsahariens p.126
b) Les réseaux "diasporains" p.126
c) Les réseaux inter-musulmans p.128
4.5. Expansion du commerce ethnique à N'Djamena p.130
a) Les produits d'élevage p.133
b) Les produits de pêche p.133
c) Les produits agricoles p.133
d) Le commerce d'alcools p.135

Chapitre 5: Les cas typiques du commerce ethnique informel p.141

5.1. Le commerce des légumes à N'Djamena p.148
a) De la production à la commercialisation p.142
b) Les variétés produites et commercialisées p.143
c) Commerce de légumes et groupes ethniques p.144
d) De l'alimentation à la monnaie p.145
5.2. Les femmes Kim et le commerce de poissons frais p.152
a) Les femmes Kim, qui sont-elles ? p.152
b) La commercialisation de poissons frais. N'Djamena p.153
c) Circuits et réseaux marchands p.155
d*) Les principaux points de ravitaillement de collecteurs p.156*
e) Techniques et stratégies de ces femmes p.158
f) Impact du commerce de poissons p.159
5.3. Les Kanembou et le commerce de friperies p.151
a) Qui sont les Kanembou? p.161
b) Caractéristiques de la friperie p.162
c) Commerce de friperies [gondja] à N'Djamena p.163
d) Circuits et réseaux marchands p.166

5.4. Commerce de *laban* à N'Djamena p.171
a) Appartenance ethnique des vendeurs de lait p.172
b) La commercialisation de lait et variabilité des prix p.174
c) Circuits et réseaux d'approvisionnement p.175

Chapitre 6 : Les cas typiques du commerce ethnique formel p.182

6.1. Les Kréda et le commerce de quincailleries p.182
a) Les groupes des Goranes p.183
b) les caractéristiques des quincailleries p.185
c) Dynamisme et habileté entrepreneuriale des commerçants Kréda p.193
d) Stratégies, circuits et réseaux des quincailliers p.198
7.2. Les Ouaddaïens et le commerce d'épiceries de quartiers p.200
a) Qui sont les Ouaddaïens? p.200
b) La conquête des épiceries p.202
c) Caractéristiques des épiceries ouaddaïennes. p.203
d) Circuits et réseaux commerciaux p.212
6.3. Le commerce des bars à N'Djamena p.216
a) Les groupes Sara et les Banana p.217
b) Rapport entre groupes ethniques et alcool au Tchad p.222
c) Les caractéristiques des bars p.224
d) Appartenance ethnique gérants des bars p.234
e) Les pratiques de bars au Tchad p.242

Conclusion générale p.248

Bibliographie p.269

Glossaire p.279

Table des cartes p.282

Tables des encadrés p.283

Table des figures p.284

Table des photos p.285

Tables des tableaux p.286

Table des annexes p.288

Annexes p.289

Table des matières p.311