



## Économie rurale

Agricultures, alimentations, territoires

343 | septembre-octobre 2014  
343

---

# Secteur informel et réseaux de commercialisation des plantes médicinales au Kerala (Inde)

*Informal sector and marketing networks for medicinal plants in Kerala (India)*

Lucie Dejouhanet

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/4447>

DOI : 10.4000/economierurale.4447

ISSN : 2105-2581

### Éditeur

Société Française d'Économie Rurale (SFER)

### Édition imprimée

Date de publication : 15 septembre 2014

Pagination : 53-70

ISSN : 0013-0559

### Référence électronique

Lucie Dejouhanet, « Secteur informel et réseaux de commercialisation des plantes médicinales au Kerala (Inde) », *Économie rurale* [En ligne], 343 | septembre-octobre 2014, mis en ligne le 01 janvier 2017, consulté le 21 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/economierurale/4447> ; DOI : 10.4000/economierurale.4447

---

# Secteur informel et réseaux de commercialisation des plantes médicinales au Kerala (Inde)

Lucie DEJOUHANET • AIHP-GEODE-Biosphères (EA 929), Université des Antilles ; Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Schoelcher  
lucie.dejouhanet@gmail.com

Au Kerala, en Inde du Sud, les industries pharmaceutiques ayurvédiques, en pleine croissance, sont principalement approvisionnées en matières premières végétales par le secteur privé, en dépit du monopole d'État sur la filière des produits forestiers non ligneux. Notre étude analyse le mode opératoire du secteur informel de commercialisation de ces plantes médicinales issues de la forêt en se concentrant sur la première étape des filières : la vente par le cueilleur. À partir de la cartographie des flux de produits sur le piedmont forestier et en évaluant le rôle des proximités, géographiques ou organisées, dans la constitution des réseaux, cet article interroge les choix de commercialisation des cueilleurs et les stratégies des différents débouchés pour attirer les produits.

**MOTS-CLÉS :** *Secteur informel, produits forestiers non ligneux, réseaux, Ayurveda, proximité*

## ***Informal sector and marketing networks for medicinal plants in Kerala (India)***

*In Kerala, South India, the growing Ayurvedic pharmaceutical drug industry gets its supply in plant raw material mainly through private sector, despite a monopolistic State marketing channel for non-wood forest products. This paper aims to understand the operating method of the informal sector, which deals with marketing of forest medicinal plants, and focuses on the first step of the channels, i.e. the sale conducted by the collector. Based on the spatial representation of products' flows on the foothills, and evaluating the role of proximity – geographical or organisational – in network building, our research questions the marketing choices of collectors, as well as the strategies developed by diverse outlets for attracting products. (JEL: P280, Q23)*

**KEYWORDS:** *Informal sector, non-wood forest products, networks, Ayurveda, proximity*

On a longtemps pensé que l'économie informelle constituait une forme transitionnelle vers un système plus encadré, propre surtout aux pays en développement, et qu'elle se résorberait d'elle-même avec la croissance et le temps (Harris-White, Sinha, 2007). Mais les analyses récentes montrent que le secteur informel – qu'il s'agisse d'une économie de la survie ou d'une forme d'adaptation aux évolutions économiques – prend de plus en plus d'ampleur (Fontaine, Weber, 2011).

Souvent méconnu, le secteur informel est identifié comme une économie souterraine, parfois criminelle. Défini en

opposition avec une circulation des biens et services qui serait contrôlée par l'État, il est généralement considéré comme doté d'un niveau d'organisation bas ou inexistant. Plusieurs auteurs prônent aujourd'hui un dépassement de cette dichotomie formel/informel et une compréhension plus fine des connexions et formes d'organisation au sein du secteur informel (Jhabvala *et al.*, 2003). Guha-Khasnobis, Kanbur et Ostrom (2006) invitent ainsi à analyser ce secteur à la fois à travers le niveau d'interaction de l'activité économique avec les structures officielles et le degré de structuration du secteur.

Notre recherche porte sur un secteur informel indien très peu exploré jusqu'ici<sup>1</sup> : celui des réseaux de commercialisation des produits forestiers non ligneux<sup>2</sup>, en particulier des plantes médicinales utilisées dans les industries pharmaceutiques traditionnelles. Au Kerala en Inde du Sud, la production de médecines ayurvédiques connaît un développement sans précédent et nécessite un approvisionnement croissant en matières premières médicinales. Celles-ci proviennent principalement des forêts tropicales de l'État, ainsi que des lisières forestières et des espaces non exploités par l'agriculture sur les piedmonts. Depuis la fin des années 1970, existe au Kerala un monopole d'État sur la filière des produits forestiers non ligneux, depuis leur cueillette jusqu'à l'approvisionnement des industries transformatrices. Pourtant, aujourd'hui, seule une faible quantité des matières premières médicinales d'origine forestière achetées par les industries pharmaceutiques, publiques ou privées, provient de la filière officielle. La grande majorité de ces matières premières est fournie aux industries par de multiples intermédiaires privés composant des réseaux informels d'une importance économique et commerciale bien supérieure au système administré.

Cette situation est un des grands paradoxes de la filière d'approvisionnement de

ce secteur industriel : parallèlement à un système très régulé, les principaux réseaux de commercialisation ne sont pas reconnus par l'État et se caractérisent par une grande opacité. À ce stade, l'informalité de ces réseaux se définit par leur caractère illégal et par le manque d'informations sur leurs activités : les industries ont très peu de visibilité sur l'origine et l'itinéraire de leurs matières premières. Cette absence de traçabilité des produits, tout comme la méconnaissance de ces réseaux et des acteurs impliqués, incite à une exploration plus approfondie du fonctionnement de ces filières informelles, de leur organisation interne, de la manière dont elles se mettent en place et coexistent avec le système public. Le secteur informel des produits non ligneux est ici un secteur parallèle, organisé ; officiellement souterrain, il n'est pas reconnu par l'administration, car il remet en cause la construction politique et idéologique d'un système voulu par un État centralisateur.

Lorsque le gouvernement communiste kéralais a mis en place cet encadrement de la filière, son objectif était multiple : la garantie d'un approvisionnement en plantes des industries ayurvédiques publiques, le contrôle de l'utilisation des ressources forestières pour favoriser leur conservation, et le soutien aux populations défavorisées qui dépendent de la cueillette pour leur survie. La planification de la commercialisation des produits non ligneux combinait donc, dès la création du système, des intérêts environnementaux, économiques et sociaux. Avec des enjeux aussi cruciaux, le développement du secteur informel et son poids semblent paradoxaux, à moins que ce secteur, de par sa nature informelle, ne constitue également une réponse à ces enjeux, plus flexible et plus proche des réalités locales.

Afin de construire une analyse de ce secteur et d'orienter l'étude de cas que nous allons mener, nous allons mobiliser le concept de « proximité », utile pour interpréter les dynamiques locales

1. Les recherches sur l'informel en Inde se concentrent surtout sur le travail asservi qui suscite depuis quelques années des publications très riches (Breman *et al.*, 2009 ; Guérin, 2011) ; d'autres travaux explorent des aspects de l'informalité moins étudiés, par exemple l'organisation du commerce des déchets dans les grandes villes (Narayan, Chickarmane, 2000), ou s'interrogent sur la capacité de formalisation du secteur (Kundu, Sharma, 2001).

2. Les produits forestiers non ligneux sont les produits issus de la forêt qui ne sont pas du bois, autrefois appelés produits forestiers mineurs. Ils sont d'origine animale (ivoire, miel, cire, musc...) ou végétale (herbes, graines, fleurs, écorces, tiges, feuilles, résines, racines, tubercules...).

de commercialisation et les liens entre les acteurs. La première partie de cet article, méthodologique, visera à exposer l'apport de ce concept à l'étude du secteur informel. Nous nous concentrerons sur l'amont de la filière : la vente des produits non ligneux par les cueilleurs, au pied des montagnes forestières. La cartographie des flux de produits à l'échelle locale permettra d'évaluer l'influence de la proximité géographique dans les transferts de produits et la réalité de leur déviation vers le secteur informel. Nous analyserons les stratégies des acteurs, cueilleurs ou intermédiaires commerciaux, et montrerons l'imbrication entre formel et informel qui caractérise la filière. Nous mettrons ainsi en évidence les éléments qui échappent aux rationalités financières et qui composent la proximité organisée dans la forme très particulière qu'elle peut prendre dans le secteur informel, incluant le clientélisme et la dépendance.

## **Secteur informel et proximité Concept pour une étude en amont des filières**

### **1. Le concept de proximité Expliquer les relations préférentielles entre acteurs**

Le concept de « proximité » s'avère un outil pratique pour appréhender les types de relation entre acteurs et les raisons expliquant les préférences d'interactions entre les personnes impliquées dans la commercialisation des produits forestiers non ligneux. Le concept s'est développé à la fin des années 1990, grâce aux travaux des économistes français regroupés dans le groupe « Dynamiques de Proximité ». Celui-ci en a progressivement privilégié deux dimensions : géographique et organisée (Gilly, Torre, 2000)<sup>3</sup>. La

proximité géographique, ou spatiale, se définit comme la distance physique entre deux unités, distance qui peut être relativisée en fonction des moyens de transport (temps et coût, distance réelle ou virtuelle) et du construit social qui l'accompagne (subjectivité du rapport à la distance) (Bouba-Olga *et al.*, 2008a). La proximité organisée peut, elle, être analysée comme une proximité relationnelle : les agents du système interagissent entre eux du fait de logiques d'appartenance ou de logiques de similitude (Torre, Beuret, 2012). Elle se compose de deux dimensions : l'une institutionnelle, liée à l'adhésion des agents à un même système de normes et règles, l'autre organisationnelle, définie comme un mode de coordination reposant sur les pratiques et stratégies des agents au sein du système institutionnel normé (Kirat, Lung, 1995, cités dans Bouba-Olga *et al.*, 2008a)<sup>4</sup>.

Le concept, bien qu'ayant une dimension géographique évidente, est encore peu approprié par les géographes (Torre, Zuindeau, 2009)<sup>5</sup>. Pourtant, il a l'avantage d'autoriser aussi bien une approche spatiale de l'organisation des réseaux qu'une analyse des rapports de compétition entre les débouchés commerciaux des produits forestiers. Dans notre cas, il s'agira d'évaluer le poids de la proximité géographique dans les choix de commercialisation des produits et dans l'intensité des liens entre les acteurs. L'approche par la proximité organisée nous sera utile pour saisir les logiques de commercialisation et les facteurs de renforcement de certains liens entre les acteurs au détriment d'autres relations.

3. La définition des catégories de proximité est sujette à débats, mais nous adoptons celles de Gilly et Torre (2000).

4. Certains auteurs ont poursuivi la réflexion en multipliant les niveaux de compréhension de la proximité (Bouba-Olga, Grossetti, 2008b ; Boschma, 2010).

5. Dans leur introduction du numéro spécial de *Natures Sciences Sociétés* de 2009 consacré à l'apport du concept de proximité pour aborder les questions environnementales, Billaud et Terrasson (2009) soulignaient les limites du concept, du fait de sa distinction entre le proche et le lointain.

## 2. La première étape de commercialisation Le lieu de construction des filières

Au Kerala, les piedmonts constituent des régions de transition entre une montagne forestière où les activités d'exploitation sont encadrées par le département des Forêts et les plaines agricoles densément peuplées. Ce sont des espaces difficiles à contrôler, car la forêt toute proche attire des usagers divers. C'est donc tout naturellement sur le piedmont que se positionnent les acteurs du secteur privé qui travaillent à capter les flux de produits forestiers.

La région de Nemmara, en contrebas de la chaîne des Ghâts occidentaux qui domine à cet endroit la trouée de Palakkad (figure 2), est un lieu approprié pour analyser la constitution d'un réseau informel et la manière dont ce dernier opère. Y sont en effet présents les centres de stockage de deux sociétés coopératives publiques, ainsi que des marchands privés, qui se partagent les produits cueillis par les habitants des villages. Treize villages abritent ainsi des cueilleurs. Lors de nos séjours dans la région en février 2006 et en juin 2007, une trentaine de longs entretiens semi-directifs, individuels ou collectifs, ont été menés auprès des cueilleurs, ainsi qu'auprès des gérants des centres de stockage officiels et des marchands privés rencontrés. Certains villages, sur le versant, avaient déjà été visités en 2005 et le furent de nouveau.

Pour rencontrer les cueilleurs et les marchands privés dont les activités sont *a priori* discrètes, nous avons utilisé les réseaux sociaux locaux : réseaux d'amitié, de connaissances, de travail, mais aussi rumeurs et récits d'expériences, qui nous permettaient d'identifier les cueilleurs d'un village à l'autre et d'obtenir des informations sur la présence de marchands. L'intérêt d'une approche de village en village en fonction des informations obtenues ou des rencontres, au détour des chemins, de villageois portant sur leur tête des fagots de plantes, est d'avoir pu interviewer

des cueilleurs aux profils divers, *adivasi* (tribus), *dalit* (intouchables) ou même musulmans et de ne pas s'être laissés enfermer par l'inadéquation du statut légal de cueilleur donné uniquement aux *adivasi* avec la réalité de l'activité de cueillette sur le piedmont.

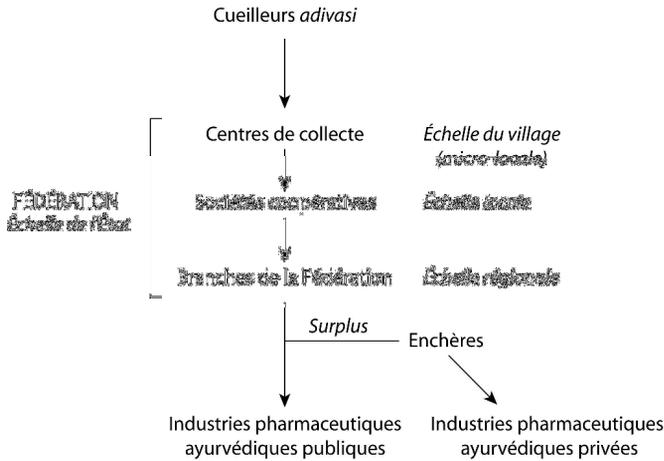
## Les réseaux de commercialisation Géographie des flux et attractivité des débouchés

Les échanges informels sont souvent perçus comme diffus, mais la cartographie des flux réels de commercialisation des produits forestiers non ligneux dans la région apportera une vision spatialisée originale des réseaux formels et informels. Afin de distinguer sur cette représentation les types de débouchés, il est nécessaire de présenter le fonctionnement de la filière administrée.

### 1. Cadre légal de la commercialisation des produits non ligneux sur le piedmont

En 1978, l'État fédéré kéralais mit en place une filière de commercialisation administrée pour les produits forestiers non ligneux (figure 1). Il créa un ensemble de coopératives destinées à récupérer les produits auprès des *adivasi*. Ces groupes sociaux identifiés par la Constitution comme « Tribus répertoriées » et correspondant, de manière très simplificatrice, à des populations de chasseurs-cueilleurs, devinrent les seuls autorisés légalement à cueillir des produits en forêt et à les vendre. Outre un débouché stable et donc un revenu de la vente de leurs produits forestiers, les coopératives assuraient un rôle de service social auprès des cueilleurs *adivasi*, leur fournissant des produits de première nécessité à moindre coût ou leur octroyant des prêts financiers. Les coopératives furent rassemblées en 1981 sous une Fédération, en charge de commercialiser les produits et ayant le monopole de cette activité de vente. Les branches régionales de la

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



Source : © Dejouhanet (2014).

Fédération fournissent prioritairement les industries pharmaceutiques publiques en matières premières forestières puis vendent le surplus aux enchères. L'acheteur final des produits forestiers obtient une facture de la part de la Fédération qui l'autorise à stocker les produits et à les transporter.

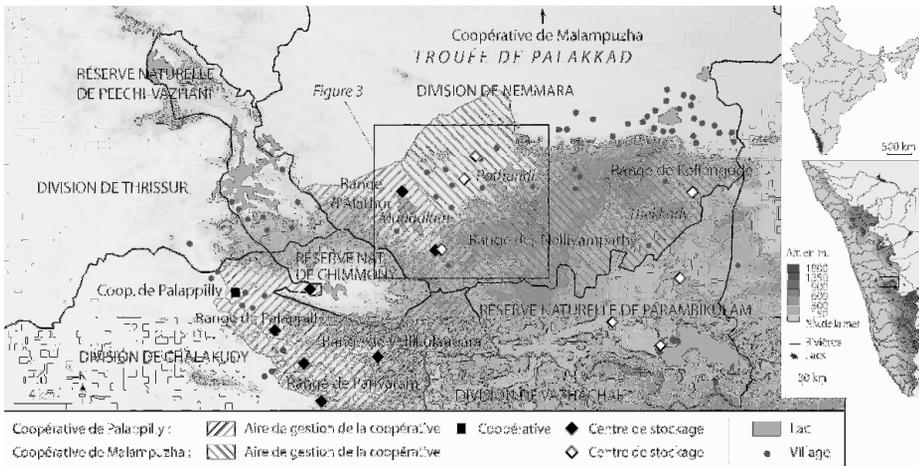
Afin de comprendre la répartition des débouchés sur le piedmont, il faut revenir sur le mode d'attribution des territoires forestiers aux coopératives de cueilleurs. Le territoire du Kerala est divisé du point de vue du département des Forêts en une hiérarchie d'unités administratives. Le piedmont que nous étudions se trouve ainsi englobé dans la *division* forestière de Nemmara (figure 2), qui couvre à la fois les hauts plateaux des Nelliampathy et les rizières et plantations de la plaine. Ces divisions forestières sont composées de *ranges* forestières, dont deux nous concernent ici : la *range* des Nelliampathy et celle d'Alathur. Dans le système réglementé, les coopératives de cueilleurs se font attribuer par un comité d'État, en fonction des résultats obtenus les années précédentes et de critères d'équilibre, des *ranges* forestières

qui délimitent leurs aires de gestion ; les cueilleurs des villages doivent pratiquer leur activité dans la *range* dans laquelle ils habitent. Cette stratégie de gestion de la ressource forestière vise à répartir la pression de l'activité de cueillette entre les *ranges* et l'approvisionnement en produits non ligneux entre coopératives.

Dans la *division* de Nemmara, les sociétés coopératives se sont succédé sans parvenir à se maintenir plus de quelques années. Pendant notre travail de terrain (2005-2007), la *range* des Nelliampathy venait d'être perdue par la coopérative de Palappilly et transférée à celle de Malampuzha, mais la coopérative de Palappilly restait présente dans la *range* d'Alathur (figure 2). La région que nous étudions, du barrage de Pothundi jusqu'aux alentours du barrage de Mangalam (figure 3), croise ainsi les aires de gestion de deux coopératives.

Une des raisons de l'instabilité des coopératives dans la région est leur éloignement géographique : Malampuzha se trouve au nord de la trouée de Palakkad (30 km à vol d'oiseau), Palappilly sur le

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



Source : © Dejouhanet (2014).

versant occidental du massif, soit dans les deux cas à près de deux heures de route de la région de Nemmara. Si les coopératives devaient gérer directement des centres de stockage dans cette zone, elles dépenseraient beaucoup d'argent dans le déplacement de leurs employés. Ainsi engagent-elles des *stock keepers* (gérants). Les *stock keepers* sont des personnes privées qui disposent d'un lieu de stockage, ils collectent les produits livrés par les cueilleurs et fournissent ensuite la coopérative moyennant une commission. Ces « semi-privés » sont mandatés par les coopératives, ils sont répartis le long du piedmont et ont la charge de récupérer les produits forestiers non ligneux dans un certain nombre de villages. Ils ont été choisis, car ils ont une bonne connaissance des produits et une interaction privilégiée avec les cueilleurs. Il arrive donc souvent que les personnes nommées par les coopératives pour récupérer les produits en leurs noms soient d'anciens marchands privés.

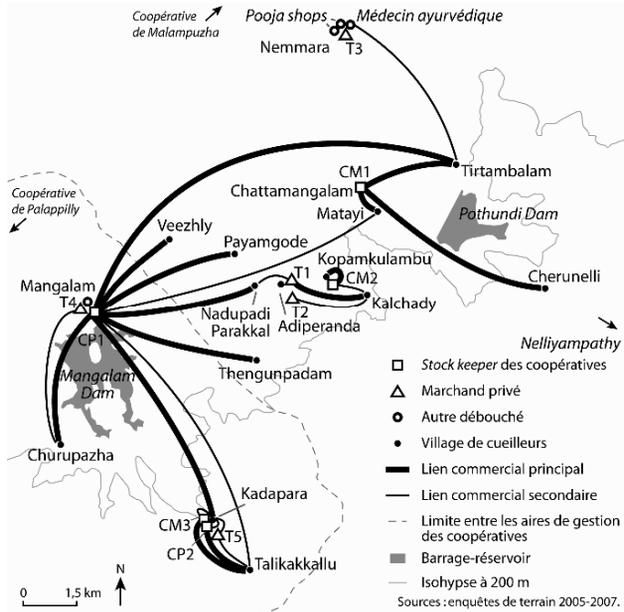
Leur nomination par les coopératives leur donne le monopole de l'obtention des produits dans la zone qui leur est confiée, à proximité géographique immédiate de leur

centre de stockage. Cependant, la cartographie des flux de produits entre les villages des cueilleurs et les différents débouchés montre que les logiques de commercialisation sont plus complexes qu'une simple répartition spatiale des villages de cueilleurs entre *stock keepers*.

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

La figure 3 localise les différents débouchés commerciaux pour les produits forestiers non ligneux dans la région de Nemmara. La coopérative de Malampuzha a deux *stock keepers* près du barrage de Pothundi (CM1 et CM2, le C signifiant « coopérative » et le M Malampuzha) et un *stock keeper* à Kadapara (CM3) ; la coopérative de Palappilly est présente par l'intermédiaire de ses deux *stock keepers* près du barrage de Mangalam et à Kadapara (CP1 et CP2, avec le P pour Palappilly). Ce dernier village est localisé à proximité de la frontière de plusieurs *ranges* forestières et de nombreux cueilleurs descendent le versant à cet endroit ; c'est un lieu stratégique et sa situation justifie la présence des deux coopératives (figure 2).

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



Source : © Dejouhanet (2014).

En sus des *stock keepers* des coopératives se trouvent différents types de débouchés privés. Les boutiques de matières premières ayurvédiques ou de produits forestiers des petites villes, les praticiens ayurvédiques traditionnels, dont un se trouve à Nemmara, et les magasins spécialisés dans les produits utilisés pour les cérémonies religieuses (*pooja*) achètent des produits directement aux cueilleurs de la région (catégorie « autre débouché »). Mais de plus grandes quantités transitent par les marchands indépendants ou « privés » qui sont identifiés sur la figure 3 par la lettre T de *traders* : les plus influents sont T1 et T2, tous deux à Adiperanda, qui sont d'anciens *stock keepers*.

La figure 3 montre une certaine complexité des réseaux de commercialisation, qui ne correspond ni à une répartition régulière entre débouchés officiels ni à une déviation simple des flux vers les marchands

privés. Le débouché qui semble attirer le plus de cueilleurs est celui de Mangalam (CP1) : son aire d'attractivité s'étend aux villages aux alentours du barrage, mais aussi à des villages de la région de Pothundi, entrant en concurrence avec les autres débouchés, CM1 et CM2. Au contraire, l'aire d'attractivité de CM1 est limitée à la région de Pothundi, sa zone de collecte. CM2, lui, apparaît moins attractif que le marchand privé T1, principal débouché dans la zone d'Adiperanda. À Kadapara, les deux *stock keepers* des coopératives, CM3 et CP2, récupèrent des produits auprès des cueilleurs ; anciens marchands privés, ils sont depuis peu mandatés pour collecter pour la coopérative de Palappilly, sans pour autant parvenir à concurrencer CP1.

Cette cartographie des choix de commercialisation des cueilleurs met en évidence plusieurs points. D'abord, la proximité physique d'un débouché ne semble

pas être un facteur suffisant pour lui assurer les produits des villages voisins. Ensuite, les différents débouchés sont en situation de concurrence et les marchands privés détournent une partie des produits aux dépens des *stock keepers*. Enfin, les aires de gestion des coopératives n'influencent que peu la répartition des flux entre les débouchés. La partie suivante analysera les stratégies de ces derniers pour attirer les produits des cueilleurs et la manière dont le secteur informel s'est construit en connexion avec les structures reconnues par l'État.

### Structures officielles et secteur informel La superposition des réseaux

Dans une économie de marché, le facteur principal d'attractivité d'un débouché est le prix d'achat des produits. La mise en place du réseau des coopératives visait à offrir aux cueilleurs des prix plus élevés que ceux proposés par le secteur privé. Cependant, notre analyse mettra en évidence une organisation des réseaux beaucoup plus complexe qu'une opposition formel/informel.

#### 1. Le prix comme facteur d'attractivité et de différenciation des débouchés

La comparaison des prix officiellement proposés par les centres de stockage des coopératives montre la difficulté d'interpréter l'organisation des flux uniquement à travers la structure coopérative. En effet, les produits fournis aux centres de stockage gérés par la coopérative de Malampuzha (CM1 et CM2) ont des prix supérieurs à ceux proposés par la coopérative de Palappilly, ce qui va à l'encontre du constat d'une attractivité élevée du centre de stockage de Mangalam (CP1). Concernant les autres débouchés, les prix de vente indiqués directement par les cueilleurs peuvent être assez complexes à comparer, car ils

dépendent du moment dans la saison, de la franchise de la personne interrogée, de sa réticence à donner des informations sur un débouché illégal, etc.

Néanmoins, la comparaison entre les prix obtenus dans les villages et la carte de flux (*figure 3*) confirme une volonté de la part de CP1 d'attirer plus de cueilleurs. En effet, pour trois plantes importantes (*orila* [*Desmodium gangeticum*], *moovila* [*Pseudarthia viscida*] et *thippali* [*Piper longum*]), CP1 propose des prix plus avantageux que CM1 ou T1 dans les villages proches de ces derniers. Ces prix intéressants ne sont d'ailleurs pas proposés dans les villages à proximité de CP1, dans lequel le marché est déjà acquis. À Matayi, les *dalit* qui avaient l'habitude de donner leurs produits à CM1, situé à côté de leur village, ont été attirés par le meilleur prix de CP1 ; une fois la première transaction réalisée, les cueilleurs ont continué de commercialiser leurs produits auprès de CP1, à Mangalam. Une hausse des prix peut donc détourner durablement les cueilleurs de leurs anciens débouchés. La stratégie de CP1 semble reposer sur une multiplication des lieux d'approvisionnement et sur une répartition des produits entre les villages. Plusieurs explications de cette stratégie sont possibles : la différence de prix de certains produits entraîne une fidélité des cueilleurs d'un même village pour les autres produits ; la qualité entre les produits varie entre les villages ; ou bien un partage s'effectue entre les débouchés, dans lesquels les « autres » jouent un rôle non négligeable. Les cueilleurs de Churupazha, en amont du barrage de Mangalam, préfèrent en effet commercialiser *orila* et *moovila*, dont ils obtiennent un prix moindre de la part de CP1, à d'autres marchands situés à Mangalam ou en aval du bourg.

Une baisse importante du prix du *cheenikkai* (*Acacia concinna*) sur le marché, qui a conduit les coopératives à grossir

leurs stocks de ce produit sans pouvoir les écouler, ne se perçoit pas dans les prix indiqués par les cueilleurs, sauf pour CM2 qui a répercuté cette baisse sur ses prix en 2006-2007, comme si la situation commerciale de la coopérative avait finalement peu d'influence dans les transactions locales. Une comparaison des prix avec ceux proposés par les marchands privés dans des régions voisines non couvertes par la filière administrée montre néanmoins que la présence de centres de stockage des coopératives garantit des prix minimums aux cueilleurs.

Cependant, les prix ne justifient pas toutes les quantités livrées et l'attractivité de chaque débouché. Les entretiens menés dans la région ont aussi montré qu'une multitude de produits circulent entre cueilleurs et marchands, diversité qui n'a rien à voir avec les sept produits indiqués comme transitant par les centres de stockage des coopératives. Il est vraisemblable d'affirmer, selon les différents témoignages, que les *stock keepers* prennent une plus grande variété de produits que celle qui est livrée à la coopérative. CM2 reçoit aussi plus de *moovila* que CM1 alors que ce dernier propose des prix plus élevés ; cette différence de quantités peut découler d'un manque de ce produit dans la zone gérée par CM1 ou d'une moindre quantité enregistrée et livrée à la coopérative ; elle interroge le mode de fonctionnement du réseau des *stock keepers*.

## 2. *Stock keepers* : construction d'un réseau alliant filière légale et intérêts privés

L'analyse précédente montre des effets de compétition, une flexibilité des prix et une intensité de commercialisation qui vont bien au-delà du cadre des structures coopératives ; elle appelle à une meilleure compréhension du rôle des *stock keepers* dans la filière et des liens de proximité sur lesquels repose leur réseau, et qui leur

permettent de flouter les limites entre légalité et informalité.

La coopérative fournit une avance aux *stock keepers* qui correspond à 80 % de la valeur des produits à acheter aux cueilleurs, elle complète le montant au moment de la livraison ou au moment de la vente des produits. Dans la région de Pothundi, les cueilleurs ne rencontrent que très rarement les employés de la coopérative qui visitent les *stock keepers* et ils ne reçoivent pas de deuxième versement. Les *stock keepers* servent d'intermédiaires et ce deuxième versement sert généralement au remboursement des sommes déjà versées aux cueilleurs par les *stock keepers* sans attendre le paiement de la coopérative. En effet, le système de paiement différé n'est pas adapté aux besoins des cueilleurs qui, pendant la saison de cueillette, descendent vendre leurs produits pour acheter de la nourriture et repartent immédiatement en forêt. Ce délai de paiement favorise les marchands privés qui payent le montant complet immédiatement et obligent consécutivement les autres *stock keepers* à verser la totalité de l'argent dès l'achat des produits. Ils ont alors besoin d'une assise financière qui leur permet de précéder les versements de la coopérative.

Les *stock keepers* ne sont pas que des responsables de centre de stockage. Si CM1 et CM2 se défendent de toute commercialisation de produits en dehors du circuit de la coopérative, CP1 et T2 (quand il était *stock keeper*) témoignent, eux, d'une spéculation des produits à destination du marché extérieur, leur activité n'étant ni viable ni rentable s'ils se contentent d'un approvisionnement des coopératives<sup>6</sup>. Leur capacité de stockage leur permet en effet de retarder la mise sur le marché de leurs produits pour

6. Ce mode de fonctionnement est comparable à la situation dans le *Public Distribution System* indien, réseau national de magasins d'État permettant aux foyers d'acheter à moindre coût des denrées de première nécessité (Dorin, Landy, 2002).

obtenir de meilleurs prix. La commercialisation hors filière coopérative est illégale et ces *stock keepers* utilisent le couvert de la coopérative pour stocker des produits et les vendre ensuite directement à des industries pharmaceutiques ou des grossistes, sans passer par les enchères de la Fédération (figure 4). CP1 justifie cette méthode par la « nécessité du *business* ». Son investissement financier personnel dans l'achat de produits et sa marge de manœuvre lui apportent un profit, ce qui lui permet de proposer des prix plus élevés pour attirer plus de cueilleurs. Si la coopérative est supposée vérifier les stocks et informer le département des Forêts des transferts de produits, cette vérification est, dans les faits, difficile.

La question du pouvoir des marchands privés sur la commercialisation des produits forestiers non ligneux est centrale dans l'organisation des filières. Dans la région de Nemmara, la complexité de ces filières est illustrée par le flou qui règne dans l'identification des débouchés et de leur nature. La succession des coopératives a en effet entraîné une certaine confusion dans l'esprit des cueilleurs, parfois entretenue par les *stock keepers*. Un certain nombre de villageois affirmaient ainsi que la coopérative de Palappilly était encore en charge de toute la région. Plusieurs fois dans les entretiens, il a été indiqué que la vraie coopérative était à Mangalam et qu'un homme, que nous appellerons Muhammad, localisé là-bas était la personne en charge de toute la région, recevant même des produits de CM1, voire de CM2 et T1.

Muhammad est le frère de CP1, il fut très actif dans l'organisation de la cueillette des produits forestiers non ligneux dans la région, son frère ayant pris sa suite à Mangalam. Il a aujourd'hui acquis un rôle prépondérant dans ce secteur : il possède deux boutiques de gros, l'une à Thrissur, l'autre à Palakkad, qui répondent à des appels d'offres de grosses compagnies ayurvédiques. Si CP1 n'approvisionne pas

systématiquement les boutiques de son frère et peut vendre des produits à d'autres grossistes ou à des industries directement, il a tout de même un accès privilégié au marché et donc une capacité de spéculation sur les prix plus importante que les autres marchands. L'indifférence apparente des autres débouchés au détournement de flux de produits vers Mangalam est sans doute à lier à l'influence de Muhammad.

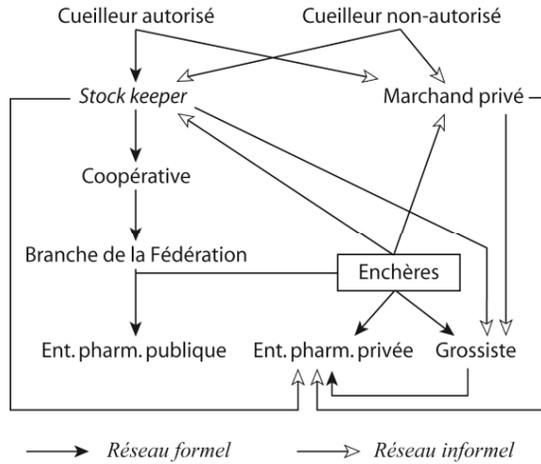
Il est difficile de prouver cette influence autrement que par l'omniprésence de Muhammad dans les entretiens, par l'origine de son activité dans cette région et par les liens familiaux ou amicaux (avec T1) qui l'unissent à plusieurs marchands de la région, principalement musulmans<sup>7</sup>. Les recherches en sociologie des réseaux ont montré le rôle essentiel des liens amicaux entre concurrents d'un même secteur dans le développement efficace et la compétitivité de leurs activités (Ingram, Roberts, 2000), on peut étendre leurs conclusions aux liens familiaux et communautaires. Ces relations expriment une logique d'appartenance forte et une étroite proximité organisée entre ces débouchés.

Au-delà des relations locales entretenues entre les marchands musulmans, le témoignage du secrétaire de la coopérative de Palappilly concernant le déroulement des ventes aux enchères de la branche de la Fédération (figure 1) éclaire un peu plus les jeux relationnels dans la région (entretien, avril 2007). Selon lui, les grossistes et les courtiers présents aux enchères s'entendent à l'avance sur les prix, empêchent les enchères de trop monter et s'assurent ainsi des prix bas. Ils peuvent ensuite fournir des produits aux autres marchands<sup>8</sup>.

7. Muhammad, CP1, CM1, T1, T2 et CM3 sont tous musulmans ; CM2 et T3 sont hindous, CP2 et T4 sont chrétiens.

8. Les travaux de Shankar et Muraleedharan (1996) confirment cette stratégie de collusion profitable, surtout dans le cas de produits périssables que la Fédération est pressée de vendre.

Figure 4. Circulation des produits forestiers non ligneux : des réseaux hybrides



Source : © Dejouhanet (2014).

Le principal grossiste présent dans ces ventes est Muhammad. Les prix bas permettent aux bénéficiaires des enchères de répondre aux appels d'offres des grandes entreprises et de faire baisser aussi les prix des produits ne provenant pas des coopératives. Le système est ainsi détourné au profit d'un petit nombre de marchands qui contrôlent la commercialisation des produits et influencent les prix du marché<sup>9</sup>.

À partir du moment où l'enchère est prise, la coopérative délivre une facture et l'acheteur obtient un laissez-passer de la part du département des Forêts pour transporter les produits. Les acheteurs, souvent des marchands privés, détournent ainsi le système de certification officielle : dès lors qu'ils ont obtenu ces documents,

ils sont autorisés à transporter et stocker les produits indiqués. S'ils obtiennent des produits de manière illégale – par exemple en allant eux-mêmes dans les villages des cueilleurs pour acheter des produits alors qu'ils ne sont pas habilités à le faire ou en ne déclarant pas ces stocks –, mais qu'ils maintiennent les mêmes quantités dans leur lieu de stockage, ils ne peuvent être démasqués. Le transfert illégal des produits dans les régions couvertes par le réseau des structures coopératives se développe ainsi par une mainmise sur l'étape de commercialisation de la Fédération par les marchands privés et par une utilisation détournée des réglementations du système pour asseoir l'activité. Cela explique que les *stock keepers* et marchands privés insistent sur leur légitimité en justifiant leur activité par leur lien avec la coopérative, dont ils ont finalement intégré la structure à leurs propres filières.

Les *stock keepers* ont ainsi créé des réseaux hybrides reposant sur le système officiel des coopératives et déviant les produits pour leur propre compte (figure 4). Les participants aux enchères bénéficient de relations de proximité organisationnelle

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

et leur collusion leur assure une influence considérable dans la circulation des produits forestiers non ligneux. Au niveau local, les principaux débouchés entretiennent aussi entre eux des liens communautaires, mais leur attractivité repose surtout sur les relations développées entre cueilleurs et intermédiaires commerciaux. La partie suivante analyse les stratégies des cueilleurs et leurs propres critères de choix de commercialisation ; elle interroge la place dans les filières des marchands privés non reconnus par les coopératives.

### Choix et non-choix des cueilleurs pour la commercialisation de leurs produits

Le prix n'est pas le seul facteur explicatif des transactions à la première étape des filières. D'autres critères économiques orientent les stratégies des cueilleurs, ainsi que des raisons non économiques : ces liens de proximité relationnelle qui les attachent à certains débouchés, dans des relations de collaboration ou de dépendance, et que nous allons tâcher d'analyser.

#### 1. Stratégies économiques des cueilleurs et contraintes pour la vente des produits

Plusieurs études, réalisées à partir de l'analyse des résultats des coopératives et constatant l'importance du marché privé, concluent à une exploitation par les marchands privés de cueilleurs que la méconnaissance du marché ou l'endettement rendrait vulnérables<sup>10</sup> (Shankar, 1999 ; Harilal, 2008). L'exclusivité du droit de cueillette pour les groupes *adivasi* répondait aussi à l'objectif de soustraire ces populations au pouvoir des marchands privés. Mais les cueilleurs rencontrés sur le piedmont sont majoritairement bien informés des *prix pratiqués* dans les différents débouchés de

la région. Leurs choix de commercialisation répondent à des critères économiques, influencés par des contraintes de proximité, qu'elle soit physique ou organisée.

La *distance*, même si elle n'est pas un facteur limitant, joue tout de même sur la commercialisation des produits par sa dimension sensible : un cueilleur de Tirtambalam, près du barrage de Pothundi, préférerait par exemple donner ses produits à CM1 ou à Nemmara plutôt qu'à Mangalam, trop loin pour lui et sa femme, tous deux âgés ; mais dans la maison voisine, les cueilleurs étaient convaincus du bénéfice qu'ils obtenaient de la vente de leurs produits à Mangalam plutôt qu'à CM1. La distance est perçue différemment par les acteurs, en fonction de leur capacité à se déplacer ou du risque pris pendant le trajet<sup>11</sup> ; ce phénomène illustre la variabilité subjective de la proximité géographique.

Les stratégies de commercialisation des produits forestiers sont ainsi fondées à la fois sur le *prix de vente des produits* et sur un *équilibre entre profit et coûts de transport*. Ces coûts de transport incluent le prix du bus ou du véhicule loué pour transporter les produits, mais aussi des éléments moins économiques comme la pénibilité et la durée du voyage, l'exposition à des remontrances de la part du *stock keeper* délaissé, la moindre connaissance d'un débouché et un plus faible pouvoir de négociation, etc. La participation aux coûts financiers de transport par l'acheteur des produits peut aussi faire la différence :

11. Certaines recherches récentes insistent sur le rôle essentiel des femmes dans les décisions concernant l'utilisation des ressources naturelles (par exemple, Agarwal, 2010) ; ici, ce rôle est difficile à évaluer. Les femmes participent à la cueillette et à l'effort de vente avec les hommes, elles s'expriment dans les discussions sur le choix des débouchés. Par contre, la distance des débouchés joue défavorablement sur leurs déplacements, et elles ont vraisemblablement un pouvoir de négociation moindre lorsqu'elles ne sont pas accompagnées d'hommes et loin de chez elles.

10. Sur la complexité d'une définition de l'exploitation dans les sociétés rurales, voir Scott (1976).

à Kalchady, T1 se rend dans le village pour ramasser les produits de la cueillette, quelle que soit la saison, alors que CM2 n'envoie un véhicule que pendant la saison principale de cueillette, attendant des villageois qu'ils apportent leurs produits à son centre de stockage. Ce facteur est décisif dans le fait que ceux-ci livrent de grandes quantités à T1 et de petites quantités à CM2. Cette participation aux coûts transforme les rapports de proximité géographique en relativisant la distance spatiale.

Un autre facteur à prendre en considération est la *transformation du produit* nécessaire avant la commercialisation : pour la plante *thippali*, CM1 et CP1 prennent le produit au même prix, mais CP1 accepte la plante fraîche de la part des cueilleurs de Matayi, tandis que CM1 la demande sèche, coupée en morceaux et mise en sac. On a vu que cette demande servait sans doute à CP1 pour attirer de nouveaux cueilleurs, car ceux de Churupazha n'obtenaient de CP1 ce prix que pour le produit sec. Conscients de ces différences entre les débouchés, les cueilleurs sont capables d'user de cette concurrence pour faire monter les prix, à la condition que d'autres facteurs ne diminuent pas leurs capacités de négociation.

Par exemple, à Nadupadi Parakkal, près d'Adiperanda, la plupart des produits sont vendus à CP1, mais dans le cas d'un *besoin urgent d'argent*, les cueilleurs donnent à T1, plus proche de leur village, même si ses prix sont très inférieurs. Les cueilleurs ont peu de moyens financiers et les opportunités d'emploi sont limitées et concentrées dans le temps. Ainsi préféreront-ils parfois les débouchés qui leur proposent des crédits, remboursables avec des produits non ligneux, ou qui leur assurent un achat immédiat de leurs produits. Il est pourtant fréquent d'entendre des plaintes de la part des *stock keepers* et des coopératives qui reprochent aux cueilleurs de ne pas rembourser leurs avances ou de ne pas donner

les produits promis. CM2 exprimait ainsi sa réticence à distribuer des avances aux cueilleurs qui lui donnaient alors de petites quantités de produits pour rembourser leurs dettes, mais vendaient des quantités beaucoup plus importantes aux marchands privés pour obtenir de l'argent. Bien qu'elle mette les débiteurs dans une situation de dépendance, l'avance sur un salaire ou sur une production est toujours une prise de risque, même minime, de la part de l'employeur ou de l'acheteur<sup>12</sup>. Celui-ci doit alors assurer son remboursement face au pouvoir de fuite ou d'évitement de son employé par d'autres formes de relations et d'incitations<sup>13</sup>.

## 2. Domination et proximité « subie » L'autre facette du secteur informel

L'histoire des marchands et *stock keepers* permet de mieux comprendre leurs relations et leurs rôles dans l'organisation de la commercialisation des produits. Muhammad prit la suite de son père qui s'occupait du commerce des produits forestiers dans la région de Kadapara-Mangalam. Parallèlement, le père de CM1 s'occupait de la région de Pothundi. T1 et T2 vinrent peu de temps après le début d'activité de Muhammad et CM1.

Ces marchands musulmans structurèrent la cueillette dans la région<sup>14</sup>. D'autres marchands vinrent après, mais ne réussirent pas à s'implanter de la même manière, sans doute parce qu'ils n'appartenaient pas au groupe des premiers et parce qu'ils n'avaient pas le même ancrage

12. On peut se référer aux exemples de travailleurs temporaires indiens fuyant les chantiers avec leurs avances (Landy, 1994 ; Picherit, 2009 ; Guérin, 2011).

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

14. La connexion entre *adivasi* et commerçants musulmans pour la vente des produits forestiers non ligneux est fréquente au Kerala, voir l'exemple des Cholanaickan et des marchands Mappila développé par Mathur (1977).

social. En effet, les premiers organisaient les groupes de cueilleurs, planifiaient leurs séjours en forêt et géraient le stockage sur place des produits et l'approvisionnement en nourriture des cueilleurs, dans une optique d'optimisation de l'effort de cueillette, d'efficacité dans la sortie des produits et, aussi, de contrôle de l'activité. Aujourd'hui, ils ont arrêté cette pratique, mais l'héritage de cette collaboration entre marchands et cueilleurs marque encore les relations sociales.

T1, qui était autrefois actif dans la région de Kadapara, concentre désormais son activité de récupération des produits forestiers sur Adiperanda et ses environs, surtout le village de Kalchady. CM2, qui subit sa concurrence, est un hindou de la caste supérieure des Nayar ; même s'il a été désigné par les cueilleurs pour succéder à T2<sup>15</sup>, il n'a pas l'expérience de ses prédécesseurs. T2 explique d'ailleurs le manque de succès de CM2 dans son activité par l'obstacle de la caste : CM2 ne pourrait pas devenir proche des *adivasi* et des *dalit*, alors que les musulmans, eux, peuvent « boire du toddy<sup>16</sup> avec eux, dormir et manger dans leurs maisons », car « les *adivasi* espèrent toujours de bonnes relations avec les marchands, une sorte de camaraderie, comme des membres de leur famille qui prendraient soin d'eux quand ils vont mal » (entretien avec T2, 2006). Certainement, la distribution d'alcool aux cueilleurs par les marchands favorise autant leur coopération que cette « camaraderie ». Dans la critique des méthodes de travail de l'hindou CM2 se révèle une

« logique de similitude » (Torre, Beuret, 2012), même artificielle, qui assure une proximité entre les cueilleurs et les marchands privés et *stock keepers* musulmans et qui isole CM2.

Si CM2 dénonce le pouvoir des marchands privés sur les *adivasi* et leur emprise sur les habitants de la région, il avoue aussi son impuissance à contrer un système au maintien duquel les cueilleurs participent. Selon des informateurs non *adivasi* présents lors de nos deux visites à Kalchady, l'ensemble du village serait sous le contrôle de T1 : celui-ci échangerait les produits forestiers contre une liste de biens de consommation que les cueilleurs obtiendraient à une boutique voisine tenue par un musulman. Il aurait aussi en sa possession les titres de propriété de plantations d'hévéas appartenant aux habitants de Kalchady et s'occuperait directement de leur exploitation<sup>17</sup>. Au moment de notre visite, l'institutrice du village était elle-même de la famille de ce marchand. Le recours à des transactions non monétaires est une pratique héritée des premiers centres de stockage dans les montagnes. Même si cette solution peut apparaître plus pratique pour les cueilleurs, l'absence d'argent, si elle est réellement avérée, constitue un facteur d'exploitation forte puisque ces derniers n'ont alors aucun contrôle sur la valeur de leurs produits et des biens achetés, sur l'usage de leur argent ou sur leurs choix d'investissement.

« Seul T1 nous donne de la nourriture et des objets quand nous n'avons pas d'argent. [...] Nous sommes satisfaits parce qu'il nous aide dans les situations difficiles, dès que nous avons des problèmes chez nous. Nous aimons tous T1 ; il

15. L'évincement de T2 par la coopérative serait lié à un procès pour un incendie dans le village de Kalchady.

16. Le *toddy* est un alcool de palme commun dans cette région du Kerala. La religion musulmane telle qu'elle est pratiquée par les hommes dans la région ne s'embarrasse pas des interdits sur l'alcool et ces marchands privés intègrent bien volontiers celui-ci dans leurs stratégies de *leadership*.

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

*est le seul à venir nous aider. Depuis notre enfance, nous le connaissons. Maintenant il est vieux et riche, mais entre nous c'est la même entente que quand il était jeune. Dans le passé, il était le seul à prendre des produits régulièrement. T1 a grandi avec nous. À chaque fois que nous sommes désespérés, il est le seul à venir nous aider. »*

Extrait d'un entretien avec un cueilleur de Kalchady, le 16 février 2006

La confiance des cueilleurs de Kalchady envers T1 est liée à des relations personnelles qui vont bien au-delà d'une simple camaraderie : il s'agit d'une aide et d'une protection, en échange d'une collaboration et d'une dépendance. Ce système est comparable à l'« économie morale de la paysannerie » décrite pour les sociétés dites « précapitalistes » par Scott (1976)<sup>18</sup>, dans laquelle le clientélisme opéré par les propriétaires terriens à l'égard des petits paysans est une « sécurité » pour ces derniers : le « maître » fournit une assistance en nourriture et en argent à ses « clients » dans le besoin, il peut prêter de l'argent ou s'occuper des dépenses de santé, de cérémonies, de logement, etc. (Scott, 1976). En échange de sa protection et de son attitude paternaliste, ses « clients » sont disponibles pour des travaux ou services quand il le souhaite, lui sont redevables et fidèles<sup>19</sup>. Cette forme de « proximité sociale » (Boschma, 2010) cumule effets bénéfiques des relations de confiance et des liens émotionnels, et aspects négatifs de la vulnérabilité sociale et de l'isolement par rapport aux autres groupes sociaux et

aux évolutions extérieures<sup>20</sup> ; la proximité géographique vient renforcer ce verrouillage social et économique et confirme son rôle de facilitateur des activités et relations informelles. Cette proximité organisée par les marchands privés vise essentiellement le groupe social marginalisé et vulnérable des Kadar qui compose les villages de Kalchady et de Cherunelli où la situation est similaire. On peut parler ici d'une proximité « subie ».

Finalement, différents critères orientent les stratégies de commercialisation des cueilleurs, que ce soit des raisons économiques ou des choix liés aux contraintes de proximité. La majorité des cueilleurs ont la capacité de choisir les débouchés qui répondent le mieux à leurs besoins, mais pour certains groupes sociaux, leurs relations étroites avec certains marchands privés les maintiennent dans une situation de dépendance.

## Conclusion

### (Dé)construction des réseaux

Cette étude de la région de Nemmara a mis en évidence plusieurs éléments intéressants pour comprendre l'organisation de la commercialisation des produits forestiers non ligneux en amont des filières. D'abord, le mode de fonctionnement de la filière légale dans des régions éloignées des sociétés coopératives permet son appropriation par le secteur privé qui lui superpose son activité. Ensuite, les cueilleurs font des choix de commercialisation en fonction de différents critères liés au ratio coût/profit de leur activité et aux rapports entretenus avec les débouchés commerciaux. Enfin,

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

19. Voir aussi Landy (1992) et Picherit (2009).

20. Angeon et Caron (2009) ont démontré la fragilité d'un système social organisé sur une forte proximité géographique et relationnelle ; l'absence d'interactions avec d'autres groupes sociaux empêche une adaptation de ce système aux changements extérieurs et limite fortement sa résilience.

ces relations entre cueilleurs et marchands varient selon les groupes sociaux, en fonction de leur dépendance économique vis-à-vis des marchands, de leur évaluation des avantages socio-économiques d'une fidélité à un débouché, de l'empathie du marchand ou de sa domination dans le cas de groupes isolés géographiquement ou socialement. Les relations entre cueilleurs et marchands varient beaucoup en fonction de l'histoire des groupes, des interactions des cueilleurs avec d'autres groupes sociaux, de leur implication dans d'autres emplois et de leur rapport à l'activité de cueillette : de tout ce qui compose la proximité sociale ou plus globalement la proximité organisée.

En reprenant la division binaire du concept de proximité de Torre et Beuret (2012), nous avons analysé le fonctionnement du secteur informel à la fois par une approche territoriale et par la mise en système des acteurs. La proximité géographique révèle l'importance des débouchés locaux pour les cueilleurs et permet à ces derniers de fonder leurs stratégies de commercialisation sur des critères économiques. La présence de la coopérative, par l'intermédiaire des *stock keepers*, leur assure un revenu minimal et leur donne une

marge de négociation pour le prix de leurs produits. Leur participation au maintien de la structure les intègre donc dans une organisation institutionnelle qui leur est favorable et qui leur permet de s'opposer aux liens de proximité organisée qui rassemblent les *stock keepers* et marchands privés, liés par leur activité commerciale, par leur appartenance à une même communauté sociale ou par la convergence de leurs intérêts. La proximité géographique est ainsi le cadre des réseaux de première commercialisation des produits forestiers non ligneux, mais elle n'explique pas toutes les dynamiques des filières. La proximité organisée assure une cohérence et une stabilité aux réseaux, mais, si elle renforce les liens commerciaux entre cueilleurs et marchands, elle comprend aussi, sous une forme de proximité « subie », des relations déséquilibrées qui empêchent la transformation et la libéralisation des relations commerciales et figent les réseaux dans un archaïsme économique qui désavantage aussi bien les cueilleurs que le marché. C'est là le propre de tout secteur informel que de fonctionner à la fois sur une grande flexibilité économique et organisationnelle et sur des contraintes fortes visant à réduire l'instabilité du système. ■

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Agarwal B. (2010). *Gender and Green Governance: The Political Economy of Women's Presence Within and Beyond Community Forestry*. Oxford, Oxford University Press, 496 p.
- Angeon V., Caron A. (2009). Quel rôle joue la proximité dans l'émergence et la pérennité de modes de gestion durable des ressources naturelles ? *Natures Sciences Sociétés*, n° 17, p. 361-372.
- Billaud J.-P., Terrasson D. (2009). Un dossier disciplinaire dans une revue interdisciplinaire : pourquoi ? *Natures Sciences Sociétés*, n° 17, p. 337-338.
- Boschma R.A. (2010). Proximity and Innovation: A Critical Assessment, *Regional Studies*, vol. 39, n° 1, p. 61-74.
- Bouba-Olga O., Carrincazeaux C., Coris M. (2008a). Avant-propos, *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2008/3, octobre, p. 279-287.
- Bouba-Olga O., Grossetti M. (2008b). Socio-économie de proximité, *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2008/3, octobre, p. 311-328.
- Breman J. (1985). Of Peasants, Migrants and Paupers. Rural Labour Circulation and Capitalist Production in West India. In Breman J. (2008), *The Jan Breman Omnibus*, New Delhi, Oxford University Press, 472 p.
- Breman J., Guérin I., Prakash A. (2009). *India's Unfree Workforce. Of Bondage Old and New*. New Delhi, Oxford University Press, 400 p.
- Dorin B., Landy F. (2002). *Agriculture et alimentation de l'Inde : les vertes années (1947-2001)*. Paris, INRA, 253 p.
- Fontaine L., Weber F. (dir.). (2011). *Les Paradoxes de l'économie informelle. À qui profitent les règles ?* Paris, Karthala, 276 p.
- Gilly J.P., Torre A. (dir.). (2000). *Dynamiques de Proximité*. Paris, L'Harmattan, 310 p.
- Guérin I. (2011). Travail illégal et servitude pour dette en Inde du Sud. In Fontaine L., Weber F., *Les paradoxes de l'économie informelle. À qui profitent les règles ?* Paris, Karthala, p. 93-111.
- Guérin I., Roesch M., Venkatasubramanian G. (2007). « Ne nous libérez pas ! » L'ambiguïté du principe de l'avance sur salaire à partir de l'exemple des briqueteries en Inde du Sud, *Autrepart*, 2007/3, n° 43, p. 121-133.
- Guha-Khasnabis B., Kanbur R., Ostrom E. (2006). Beyond Formality and Informality. In Guha-Khasnabis B., Kanbur R., Ostrom E. (dir.), *Linking the Formal and Informal Economy. Concepts and Policies*, New York, Oxford University Press, p. 1-18.
- Harilal M.S. (2008). *Linking Tribal Medicinal Plant Co-operatives and Ayurvedic Manufacturing Firms for Better Rural Livelihood and Sustainable Use of Resources*. Munich, MPRA Paper, n° 6954, 15 p.
- Harris-White B., Sinha A. (2007). Introduction. In Harris-White B., Sinha A., *Trade Liberalization and India's Informal Economy*, New Delhi, Oxford University Press, p. 1-14.
- Ingram P., Roberts P.W. (2000). Friendships among Competitors in the Sydney Hotel Industry, *American Journal of Sociology*, vol. 106, n° 2, p. 387-423.
- Jhabvala R., Sudarshan R.N., Unni J. (2003). *Informal Economy Centrestage. New Structures of Employment*. New Delhi, Sage Publications, 290 p.
- Kirat T., Lung Y. (1995). Innovation et proximités ; le territoire, lieu de déploiement des ressources d'apprentissage. In Lazaric N., Monnier J.-M. (dir.), *Coordination économique et apprentissage des firmes*, Paris, Economica, p. 206-227.
- Kundu A., Sharma A.N. (2001). *Informal Sector in India: Perspectives and policies*. New Delhi, Institute for Human Development, Institute of Applied Manpower Research, 440 p.
- Landy F. (1992). Le développement de la canne à sucre dans le sud de l'Inde : le développement pour qui ? Le cas d'un village irrigué du Karnataka, *Annales de Géographie*, vol. 101, n° 564, p. 147-173.
- Landy F. (1994). *Paysans de l'Inde du Sud. Le choix et la contrainte*. Paris, Karthala & Institut français de Pondichéry, 491 p.

- Mathur P.R.G. (1977). *Tribal Situation in Kerala*. Trivandrum, Kerala Historical Society, 219 p.
- Muraleedharan P.K., Sasidharan N., Seethalakshmi K.K. (1997). *Biodiversity in Tropical Moist Forests : A Study of Sustainable Use of Non-Wood Forest Products in the Western Ghats, Kerala*. Peechi, KFRI, Research Report, n° 133, 132 p.
- Narayan L., Chikarmane P. (2000). Formalising Livelihood, *Economic and Political Weekly*, vol. 35, n° 41, 7 octobre 2000.
- Picherit D. (2009). « Workers, Trust Us ! » Labour Middlemen and the Rise of the Lower Castes. In Breman J., Guérin I., Prakash A., *India's Unfree Workforce. Of Bondage Old and New*. New Delhi, Oxford University Press, p. 259-283.
- Scott J.C. (1976). *The Moral Economy of the Peasant. Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*. New Haven & London, Yale University Press, 246 p.
- Scott J.C. (1985). *Weapons of the weak: everyday forms of resistance*. New Haven & London, Yale University Press, 392 p.
- Scott J.C. (1989). Everyday Forms of Resistance, *Copenhagen Journal of Asian Studies*, n° 4, p. 33-62.
- Shankar A. (1999). *A Study on the Economics of Collection, Marketing and Utilisation of Non-Timber Forest Products in Kerala*. Peechi, KFRI, thèse de doctorat.
- Shankar A., Muraleedharan P.K. (1996). Marketing of Non-Timber Forest Products in Kerala. An Overview. In Shiva M.P., Mathur R.B., *Management of Minor Forest Produce for Sustainability*, New Delhi, Oxford & IBH, p. 307-314.
- Torre A., Beuret J.E. (2012). *Proximités territoriales*. Paris, Economica, 105 p.
- Torre A., Zuideau B. (2009). Les apports de l'économie de la proximité aux approches environnementales : inventaire et perspectives, *Natures Sciences Sociétés*, n° 17, p. 349-360.
- Zacharias S. (2003). *The Micro-Level Impact of Tribal Development Programmes Among the Kadar Tribe of Kerala*. Thiruvananthapuram, Centre for Development Studies (Kerala Research Programme on Local Level Development), 150 p.