

OPINION

redaction.union@sonapresse.com

Vente de proximité des produits de la pêche artisanale : la Covid a eu du bon

Linda Joëlle BADJINA EGOMBENGANI

À l'origine, les produits de la pêche artisanale servaient à " la consommation personnelle des membres de l'équipage " (Amand R. 2011, p. 153), et à la communauté à laquelle ils appartenaient; puis, ils servaient à " la vente directe et la vente en criée. Dans ce dernier cas, les producteurs (...) se voient rapidement dessaisis de leur production. Les acheteurs sont les mareyeurs, grossistes et autres centrales d'achat de la grande distribution qui apporteront le produit, frais ou transformé, jusqu'au consommateur. (...) La vente directe, quant à elle, peut prendre des formes différentes pour acheminer les poissons jusqu'à l'assiette du consommateur (...). La vente officielle se fait de "gré à gré" avec des mareyeurs, des restaurateurs (...). [Ainsi], le produit de la pêche peut suivre deux systèmes parallèles de vente : la vente directe et la vente en criée " (Op. Cit., p. 154).

Au Gabon, la vente des produits de la pêche artisanale, qui s'effectue généralement dans les carrefours, aux abords des routes ou dans les ruelles des quartiers, par des mareyeurs ou revendeurs, provient d'un circuit qui correspond à la vente en criée. En effet, " la commercialisation du poisson débarqué par les pirogues se fait à partir du débarcadère. Au niveau des sites de débarquement occupés par les pêcheurs étrangers, le poisson est vendu aux femmes des pêcheurs qui l'écoulent à l'état frais (poisson de fond) ou transformé (sardinelles et ethmaloses fumées et poisson salé). À Libreville, les femmes gabonaises achètent le produit débarqué par les pêcheurs nigériens en préfinançant la campagne de pêche. Les pêcheurs gabonais confient les captures à leurs épouses qui, comme leurs consœurs étrangères, se chargent de la commercialisation " (FAO 1996, Revue sectorielle de la



Dr Linda Joëlle Badjina Egombengani.

pêche artisanale maritime au Gabon, Rapport technique n° 81, p. 17). Avec l'avènement de la Covid-19 et la mise en place des mesures de riposte telles que le confinement de la population, quelle dynamique a-t-on observé dans les pratiques liées à la vente et à l'achat des produits de la pêche? Et quel regard a porté la population sur ces nouvelles pratiques de vente dites de proximité? L'enquête qualitative s'est effectuée principalement dans les communes d'Akanda, de Libreville et d'Owendo, sur 38 femmes âgées de 25 à 60 ans et sur 10 hommes âgés de 30 à 50 ans, dont les identités ont été préservées. Sur les 38 femmes interrogées, 23 ont répondu à nos questions; et chez les hommes, seulement 2 se sont prononcés. La " vente de proximité " comme technique de vente à double effet La pratique de vente qui s'est vue affirmée durant la période de confinement se caractérise par le fait que des pêcheurs, des mareyeurs ou des commerçants vont aller au plus près de leur clientèle dans les quartiers de certaines communes de la

province de l'Estuaire pour proposer les produits issus de la pêche artisanale. Il s'agit, en effet, de la vente des produits de la pêche frais ou transformés dans les grands carrefours et les ruelles de certaines communes de la province de l'Estuaire, et ce, dans des véhicules de type Pick-up aménagés avec de vieux congélateurs ou grandes glacières; ou encore, dans des grandes bassines en aluminium portées sur la tête par des commerçants(e) ambulants. Cette technique de vente dite de " proximité " était déjà à un stade d'émergence lorsque la pandémie à coronavirus s'est déclarée comme l'affirme cet habitant d'Akanda : " j'ai souvent eu l'habitude d'acheter les produits issus de la pêche vendus dans les voitures, tout simplement à cause de la proximité. C'est à quelques minutes de chez moi. Je n'ai pas besoin d'emprunter un taxi pour m'y rendre. Et les produits sont de bonne qualité, des produits frais ". Mais elle semble s'être développée pleinement durant la pandémie au point de se révéler comme un moyen de survie tant pour

les acteurs du secteur pêche qui ont pu pérenniser leur activité économique durant le confinement, que pour les clients qui ont pu apprécier et bénéficier d'un service de proximité, leur permettant ainsi d'appliquer les mesures barrières telle que la distanciation physique.

Pour le premier groupe de notre panel d'enquêtés, ce sont principalement les raisons liées à la proximité des lieux de vente et aux coûts relativement bas des produits vendus qui sont évoquées pour justifier leur adhésion à cette nouvelle pratique d'achat, comme le dit un habitant de la commune d'Akanda : " oui, j'ai déjà acheté ces produits avec ces vendeurs, parce qu'il y a la proximité et parfois dans les bassines-là les prix sont moins chers. Et j'avais déjà l'habitude de le faire avant l'avènement de la Covid. Mes habitudes ont changé parce que le prix a augmenté, pour avoir le poisson maintenant c'est difficile, donc ces femmes-là augmentent les prix, on n'a plus cette facilité. Moi, habitant à Angondje et aller au Capal (Centre d'appui à la pêche artisanale de Libreville), c'est un peu difficile, donc soit je m'approvisionne à Delta (quartier de la commune d'Akanda) quand les femmes reviennent de la pêche, soit elles passent là devant chez nous là et j'achète ". L'augmentation de ces vendeurs de poisson a ainsi permis la fidélisation d'une clientèle déjà acquise avant l'avènement de la Covid-19.

Cependant, durant la même période, il a pu se voir également un autre type de clientèle qui s'abstenait d'acheter les produits de la pêche artisanale issus de la vente de proximité à cause non seulement des contraintes liées à la pandémie, comme le souligne cet habitant d'Akanda : " j'ai dû réduire mes déplacements à cause des contraintes liées à la COVID-19 "; mais aussi, à cause de l'origine de ces produits comme le précise cet autre habitant de cette commune : " non je n'ai jamais acheté du poisson dans les voitures qui

sillonent les quartiers parce que je ne connais pas l'origine de ces poissons. Mes habitudes en matière d'achat de poisson n'ont pas changé; je me ravitaillais toujours aux mêmes endroits et la pénurie de certains produits de la mer n'a pas changé sauf lorsque la pêche est fermée pour certaines espèces. Au contraire ça s'est amélioré par ce que j'ai découvert le Capal ".

Par contre, depuis l'allègement voire la levée des mesures de distanciation sociale, la fréquentation des marchés conventionnels des produits de la pêche artisanale semble avoir repris normalement même si certains clients constatent une augmentation des prix des denrées issues de la pêche artisanale : " depuis l'avènement de la Covid-19, mes habitudes en matière d'achat des produits de la pêche ont changé. Tout simplement parce que le prix des produits a augmenté et ils ne sont plus nombreux ceux qui les vendent dans les quartiers ".

En somme, avec l'avènement de la Covid-19 et la mise en place des mesures barrières telle que le confinement et la distanciation physique, la dynamique observée dans les pratiques liées à la vente et à l'achat des produits de la pêche révèle un modèle de vente et d'achat dit de " proximité " qui a permis la survie d'une activité économique qu'est la pêche artisanale en temps de confinement. Et ce nouveau modèle économique semble avoir fait des émules parmi la population qui a vu dans ces nouvelles pratiques de vente, un moyen de respecter les mesures barrières liées à la riposte contre la Covid-19 et de concurrencer les pratiques mais surtout les prix des marchés conventionnels considérés souvent comme trop élevés.

* Docteure en anthropologie sociale et culturelle, attachée de recherche à l'Institut de recherche en sciences humaines (IRSH/Cenarest)