



**HAL**  
open science

## Le commerce du khat : un pré-carré féminin ?

Céline Lesourd

► **To cite this version:**

Céline Lesourd. Le commerce du khat : un pré-carré féminin ?. Annales d'Éthiopie, 2021, Special Issue " Work in Ethiopia ", 33. hal-03376393

**HAL Id: hal-03376393**

**<https://hal.science/hal-03376393v1>**

Submitted on 13 Oct 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Céline Lesourd\*

# Le commerce du khat : un pré-carré féminin ?

## 1. Introduction

Devant la boutique close, des hommes attendent. [...] Aujourd'hui, S. est en retard, sans doute a-t-elle été retenue plus longuement à AwWoday<sup>1</sup> – cela arrive parfois. Enfin, un minibus arrive, la commerçante en descend, réajuste son voile marine, s'empresse d'ouvrir son échoppe et s'assied sur un tapis à même le sol. Pendant ce temps, le chauffeur extrait du véhicule des grands ballots de khat<sup>2</sup>, tandis que son acolyte décharge ceux attachés sur le toit, aussi vite, ils les déposent à portée de main de la vendeuse. S. ouvre les sacs et aère les feuilles en vrac ici, en tiges là. Du *kobo* et du *karaboula*<sup>3</sup>. Les négociations commencent mais ce matin, la commerçante est de mauvaise humeur, elle a payé son khat bien trop cher et ses clients vont en faire les frais : à cinquante birrs le petit sac de *kobo*, il n'y a « même pas de quoi brouter pour une heure ! » se plaint un habitué ; un jeune homme surenchérit et affirme que pour si peu de feuilles, c'est évident, c'est triste, rien ne se passera, envolé le *merqâna*<sup>4</sup> : « Pour ton prix, je ferai mieux d'acheter de l'alcool, au moins cela me fera de l'effet ! » s'emporte-t-il. Agacée, la commerçante lui répond que s'il en est ainsi, qu'il boive, ce n'est pas son problème. Mais qu'Allah le garde !

\* Anthropologue, chargée de recherche au CNRS, Centre Norbert Elias, Marseille, France. Contact : celine.lesourd@gmail.com. <sup>1</sup> Ville où se tient le plus gros marché du khat destiné à la distribution régionale, nationale et mondiale située à une trentaine de kilomètres de Dire Dawa (Barjonnet, 2005).

<sup>2</sup> Le khat est diversement désigné (*tchatt*, en amharique, *jimaa* en oromifa, *qaad* en somali, *qât* en arabe) mais nous utilisons ici le terme « khat » pour éviter de figer la plante et ses usages dans une communauté plutôt qu'une autre. Nous l'écrivons à l'anglaise « khat » plutôt que « qat » ou « qât », version arabe utilisée dans la littérature francophone portant sur le Yémen. Les verbes *khatter*, mâcher, brouter sont utilisés à Dire Dawa, mais « mastiquer » est de notre usage. <sup>3</sup> Le khat compte de nombreuses variétés (et donc qualités) qui participent à faire varier les prix. Ici, le premier tire son nom de la ville de Kobo, le second signifie « celui qui a poussé la nuit ». Sur les aspects botaniques et historiques du khat, nous renvoyons aux travaux de Krikorian, 1984 ; Amare Getahun & Krikorian Abraham, 1973 ; Rodinson, 1977. <sup>4</sup> État entre euphorie et douce torpeur que provoque la consommation de khat.

Très vite une dizaine de clients s’amasse, S. remplit de khat des petits sachets plastiques et demande son dû, billets pliés et repliés qu’elle fourre directement dans son sac à main. Ces messieurs sont contrariés, un premier lui rejette la dose : « Augmente quand même ! » lui demande-t-il ; un autre refuse le sachet qu’elle lui tend, exigeant qu’elle rajoute encore une branche et une autre et puis une autre ; tout aussi irrité, mais espiègle, un quinquagénaire s’écrie que la commerçante fera mieux demain et repart sans insister davantage. (Carnet de terrain, décembre 2012)

À Dire Dawa, ce sont les femmes que l’on voit travailler sur les étals des marchés : séparer et aérer les fagots, composer les bouquets, négocier avec des consommateurs qui sont, eux, majoritairement, des hommes. Mâcher le khat pour profiter de ses vertus stimulantes est en effet une activité connotée masculine mais le vendre, en revanche, est considéré comme l’activité des femmes – laquelle constitue un tremplin économique, leur assurant un emploi, des revenus, une indépendance financière voire une reconnaissance sociale.

À partir de témoignages et de descriptions<sup>5</sup> qui viennent émailler l’ensemble de l’article, il s’agit d’interroger cette spécificité sexuée du commerce et d’en mesurer les limites. Ainsi, nous documenterons le travail des vendeuses dans ses conditions concrètes d’exécution en portant plus précisément notre attention sur les modalités de transactions entre les commerçantes et leurs clients. Il nous semble en effet que l’épanouissement de ce *business* des femmes ne dépend pas moins de leurs compétences techniques que de leurs compétences relationnelles (Manry, 2001) articulées autour des représentations sociales du khat, objet de plaisir et de désir, qui agit comme une véritable colonne vertébrale des normes de genre (Lesourd, 2019).

Au-delà de ces intimes négociations au local, nous élargirons ensuite la focale pour suivre ces « femmes sur les routes » (Cheikh & Péraldi, 2009) : des contrebandières qui se sont engagées dans le commerce vers Djibouti, d’autres dans l’exportation vers le Somaliland et quelques-unes, plus rares, qui expédient des colis à l’international. Sur ce marché du khat transfrontalier et mondialisé (Anderson *et al.*, 2007 ; Carrier, 2007), nous interrogerons à nouveau les compétences techniques et relationnelles développées par ces femmes au service de leur activité tout comme les contraintes avec lesquelles elles ont dû, et doivent encore, composer. En effet, entre alliances matrimoniales et abus de pouvoir des hommes, entre rivalités économiques d’exportateurs privés et volonté de contrôle de l’État, entre clameurs de haro à l’international visant à la prohibition et savoir-circuler (Tarrus, 2000), nous proposons de montrer

<sup>5</sup> Les terrains mentionnés ici ont été conduits à Dire Dawa et ses alentours entre octobre 2012 et mars 2015. Les entretiens ont été majoritairement réalisés en oromiffa, avec l’aide d’un interprète que nous remercions vivement ; d’autres ont été menés en français ou en anglais. Les noms et prénoms utilisés sont présentés sous les initiales de leur pseudonyme. Les taux de change entre *ethiopian birr* (ETB) et euros datent de 2017.

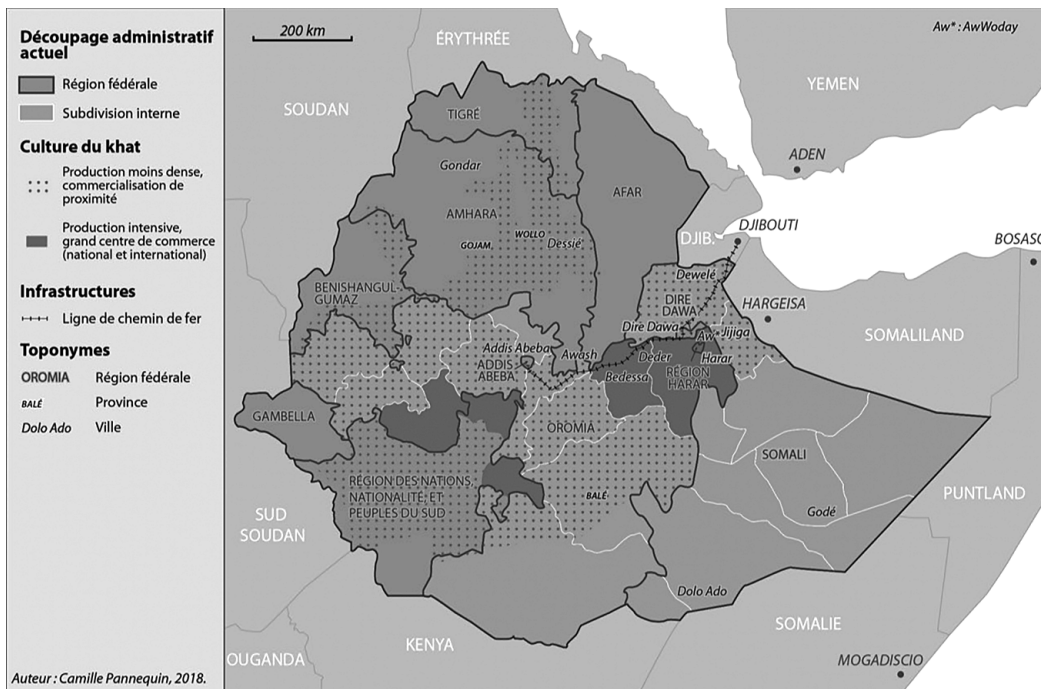


FIG. 1. Carte des zones de production de khat en Éthiopie (sources : Dechessa Lemessa, 2001 ; Presses Universitaires de France).

comment les jeux d'échelles et, donc de pouvoir, ont exclu progressivement les commerçantes... jusqu'à impacter leur pré-carré et porter ombre *in fine* à la spécificité féminine même de cette activité ?

## 2. Des femmes sur les étals, des compétences relationnelles

Si la vente du khat est une activité féminine volontiers justifiée par la division sexuée du travail et des profits – pendant que les hommes travailleraient aux champs ou commerceraient internationalement, les femmes, elles, seraient sur les étals des marchés locaux – il nous semble toutefois stimulant d'interroger cette spécificité autrement que « par défaut ». En effet, les commerçantes font preuve d'un savoir-faire spécifique à la marchandise : « Il faut savoir vendre le khat », affirment-elles ; certaines ont été initiées par leur mère, d'autres ont appris seules, en expérimentant, en observant. Ces vendeuses ont ainsi accumulé sur le tas des compétences techniques – il faut connaître le produit, être informée et jouer des cours du marché – et ont développé des compétences relationnelles spécifiques – il faut savoir charmer, attacher, créer une dette –, condition *sine qua non* pour se faire une place et pérenniser leur activité sur des marchés saturés, sans cesse renouvelés.

### 2.1. *Au-delà du bon sens économique*

D'emblée, du côté des hommes, l'écrasante prééminence des commerçantes sur les marchés locaux du khat s'explique volontiers par la division sexuée du travail : « Chez les Oromos, ce sont les hommes qui travaillent dans les champs et les femmes vendent le khat ; au retour de la vente du khat, elles achètent à la boutique ce dont elles ont besoin pour la maison [...]. Dès qu'une femme a une fille, elle lui apprend le métier [...] les garçons apprennent eux le travail des champs. » (D., septembre 2014)

Mais ce principe est confronté à quelques limites, puisque dans certaines régions non productrices de khat ce sont pourtant les femmes qui sont aux commandes : « À Djibouti, ou en Somalie, [...] ce commerce, c'est celui des femmes, pas celui des hommes, parce qu'elles vendent mieux que les hommes et parce qu'un homme ne veut pas acheter son khat à un autre homme, moi jamais je n'achète de khat aux hommes, je n'achète qu'aux femmes oromos [...]. » (I., mai 2013)

Pour expliquer cette mainmise féminine, l'anthropologue Peter Hansen (2013:147) avance qu'au Somaliland, le khat est vendu par les femmes car les hommes préfèrent s'adonner à des activités à plus gros bénéfices – ceux de l'exportation. Si la répartition sexuée sur un schéma local/féminin/petits bénéfices *versus* export/masculin/gros profits fait certes écho au cas éthiopien, cette proposition d'interprétation ne tient cependant pas compte d'un paradoxe : à Dire Dawa, quand de nombreuses grandes dames du khat quittent leur boutique vers 15 ou 16 heures, elles y laissent un employé chargé de boucler les ventes du jour. Or cet employé est systématiquement un homme lequel consent pourtant à de moindres bénéfices :

Au marché d'Ashawa, dans une grande boutique de tôle, Ab. prépare l'arrivée du khat : il va chercher de l'eau, passe le balai, décharge les fagots. Une fois ce travail accompli, les propriétaires de la boutique – deux commerçantes oromos – s'occupent de la vente des bouquets et Ab. ne reprend le relai que pour les remplacer aux heures de prière puis en fin d'après-midi, à leur départ. Depuis treize années, Ab. est employé par ce duo [...] une tante et sa nièce – une femme âgée et une plus jeune –, qui ont pignon sur rue dans ce marché où exercent majoritairement des femmes somalies. Chaque jour, lors de la meilleure saison, elles écoulent une trentaine de kilo de khat pour environs 30 000 à 35 000 ETB (de 1 200 euros à 1 400 euros). Pendant la saison sèche, quand le prix du khat explose, les businesswomen fonctionnent surtout à la commande.

Les vendeurs comme Ab. ont leurs astuces pour se ménager de petites marges en sus de leur salaire : quand les patronnes sont absentes, ils peuvent évidemment gonfler les prix des marchandises ; ils peuvent surtout, une fois les patronnes parties et leur khat liquidé, dealer avec de petites vendeuses qui leur confient leurs bouquets invendus pour les écouler à meilleur prix – réputation de la boutique de luxe oblige – et se partager ensuite les bénéfices [...].

S'il avait les moyens, Ab. se lancerait à son compte mais le jeune homme est pragmatique :

— Il n'y a pas de grands vendeurs, les hommes ne réussissent pas dans ce commerce [...]. Moi aussi je peux me lever à quatre heures du matin, aller à AwWoday chercher le khat, faire la route, revenir, passer ma journée à vendre, je peux le faire, comme elles ! [...] si je n'étais pas marié, peut-être que ce serait possible, je pense, mais je ne me laisserai pas draguer pour ne pas me marier, pour réussir. Je ne me laisserai pas draguer, même par une grande commerçante de khat. (Carnet de terrain, janvier 2013.)

Dans cet extrait, le jeune homme affirme également pouvoir accomplir le travail qu'abattent les femmes (se lever tôt le matin, faire la route, passer la journée à vendre) mais il affirme toutefois qu'il serait inutile de se lancer car seules les femmes réussissent. Comme si les femmes avaient un surplus de compétences que les hommes n'auraient pas ?

Au Yémen, D. M. Varisco (1986 : 8-9) rappelle que le mépris social pour le métier de vendeur sur les marchés est fort : « dans le passé, le vendeur de khat (*muqawwit*) a été stigmatisé, tout comme d'autres professions du marché, mais cela est dû à son association avec le marché et non pas au khat en soi ». Parce que la profession, et plus particulièrement son lieu d'exercice, est dénigrée, l'activité aurait-elle été dévolue aux femmes ?

À nos yeux, ces deux interprétations, ne s'excluent pas : vendre du khat a peut-être été une activité à faible rentabilité et, qui plus est, exercée dans un contexte peu valorisé, et donc, laissée aux femmes... Ces arguments combinés font écho avec de précédents travaux menés en Mauritanie (Lesourd, 2014) et invitent selon nous à un autre regard. En effet, dans les campements *baydhân*<sup>6</sup> alors que le négoce – celui à forte rentabilité – était une activité masculine, les femmes – pour lesquelles il était aussi mal vu d'aller au marché – tenaient pourtant sous les tentes un petit commerce de détail articulé autour de quelques produits spécifiques (le sucre, le thé et le tabac), des produits dont la vente leur incombait car la connotation de « plaisir » de ces marchandises exposaient aux règles de pudeur (*sahwa*<sup>7</sup>) : pour se procurer de tels produits, il était donc moins mal seyant pour les messieurs de les acheter auprès de ces dames – ces échanges offrant, aux premiers, une opportunité de courtiser et aux secondes de générer, au moins, des profits.

<sup>6</sup> Maures, de Mauritanie. <sup>7</sup> Code de pudeur, de respect, de déférence qui distingue entre l'honneur et la honte, ce qui se fait, de ce qui ne se fait pas. Les hommes entre eux suivent ce code face aux hommes de parenté proche plus âgés (deux frères, deux cousins, un père et son fils, par exemple, sont en situation de *sahwa*). Ainsi, par exemple, certains sujets de conversation ne peuvent être abordés entre ces hommes (le tabac, les femmes, la musique) sous peine de briser le code et d'être l'objet de la honte.

## 2.2. Construction des identités sexuelles

Alors que nous testons cette hypothèse dans des *mabraz*<sup>8</sup>, à l'évocation de ce potentiel plaisir commercé, les réactions de nos interlocuteurs rebondissent en faisant le lien entre khat et islam :

À Dessié, ce sont les hommes qui vendent le khat, ce ne sont pas les femmes, mais là-bas c'est parce qu'ils connaissent mieux l'islam, ils ont été islamisés avant nous, ce sont les premiers islamisés d'Éthiopie donc ils pensent que le commerce c'est plus sain quand ce sont les hommes qui le font, là-bas, le khat est très lié à la religion, le khat c'est vraiment surtout pour méditer, donc il faut que ce soit les hommes qui le vendent. (C., conversation de *mabraz*.)

À Dessié, le khat serait bien trop sérieusement lié au religieux et à une pratique spirituelle pour être vendu par des femmes, il serait donc plus « moral » qu'il y soit vendu par des hommes. Quand bien même œuvrer sur un marché serait déconsidéré. Quand bien même il rapporterait peu – ou tout du moins, moins que l'export. En considérant dès lors l'objet khat comme un objet de plaisir, et de désirs, on peut prêter l'oreille autrement à certaines remarques tant de la part des femmes que de la part des hommes :

- « Cette vendeuse-là, je n'y vais pas, les prix de son khat sont aussi épais que son corps [...] je ne lui achèterai pas du khat, elle est tellement grosse [...] je vais pas bien khatter avec elle. » (S., un consommateur.)
- « S. ! Les hommes étaient amoureux d'elle, ils étaient amoureux de son khat. » (M., une vendeuse.)

Dans ces confusions entre les qualités, et les défauts, qu'offrent les vendeuses et les effets que procure le bouquet, on pourrait supposer un transfert de « l'actrice femme » à « l'objet plante » ; l'interaction entre la commerçante et son acheteur doit aboutir à l'achat d'une botte de khat mais le mâcheur en sus de son rameau semble également attendre du rêve – car le flacon et l'ivresse lui renvoient sans doute qu'il est un homme à ses propres yeux et aux yeux des autres, nous y reviendrons. Ainsi, la « part féminine » du khat constitue un argument important du choix de la fournisseuse même s'il faut pour cela faire fi du surcoût que peuvent engendrer la beauté et la réputation de la commerçante<sup>9</sup> – auquel cas le capital financier des acheteurs prêts à déboursier plus que le prix du khat participe à asseoir, encore, leur masculinité.

N., la vendeuse sous le lampadaire [...] on l'appelait comme ça, parce qu'elle vendait sous un lampadaire, elle était jeune, elle était tellement belle. Quand on était jeune, on allait juste la regarder vendre son khat, même les hommes qui ne

<sup>8</sup> Salons de khat. <sup>9</sup> Certains khatteurs, mais bien plus rares, affirment ne pas prêter attention aux vendeuses, ils cherchent avant tout le khat le moins cher possible.

pouvaient pas acheter, ils venaient la regarder [...] on dit que si la nuit elle était partie avec un homme et que le matin elle était trop fatiguée pour aller travailler, cet homme devait lui rembourser la journée de bénéfice qu'il lui avait fait perdre. (S., un consommateur.)

S. vendait son khat [...] en provoquant les hommes [...]: « Avec mon khat, ta femme ne voudra plus dormir ! » (Z., une vendeuse.)

Les stratégies d'appel des femmes/du khat et les fiévreuses rêveries engendrées, qu'elles soient satisfaites ou cantonnées à l'imaginaire, enjoignent chacun à un rôle : les pourvoyeuses du bouquet sont objets de convoitises et les hommes jouent la dépense. Dans ces transactions, il me semble stimulant de relier ces « jeux de genre caricaturaux » (Deschamps, 2013) qui se trament autour de la marchandise aux représentations sociales du khat dont la consommation participe fortement à la construction des identités sexuelles (Broqua & Eboko, 2019a ; Broqua & Doquet, 2013).

En effet, le khat est soumis à interdiction pour les jeunes filles, une interdiction qui serait à relier à cet imaginaire social qui enchâsse intimement le khat, le désir et la sexualité : « Le khat donne envie aux femmes d'avoir des relations sexuelles. » (D., février 2014) Toucher au bouquet, ce serait comme toucher à la pomme, se risquer à une expérience émancipatoire... Interdire ainsi le khat aux jeunes femmes non mariées participerait à préserver leur réputation et à les tenir hors de portée d'une sexualité hors mariage – réelle ou soupçonnée. La mastication des femmes n'est alors socialement tolérée que dans le cadre du mariage (van Oorschot, 2013) c'est-à-dire sur les rails d'un désir orienté, d'une sexualité réglementée et donc d'une reproduction contrôlée : « J'ai khatté pendant ma grossesse, regarde, j'ai un beau bébé, elle est née très propre, pas fripée, et sage [...] pendant l'accouchement, je n'ai rien senti, ça s'est passé facilement. » (O., conversation de *mabraz*.)

En revanche, le khat participe à la construction de la masculinité : outil de « voyage vers la virilité » (Jablonka, 2011), le khat agirait comme un stimulateur aphrodisiaque mais, selon les études médicales (Didier, 2008 : 111) et quelques témoignages, il amoindrirait paradoxalement les « performances » masculines. Si donc, le khat accroît le désir « quand l'effet se recule » (Corneille, 1988 : 4) chez les messieurs, alors qu'il ne serait qu'appétence et performance chez les dames, il importerait de maintenir la distance entre les feuilles et les femmes – célibataires, de surcroît. Et s'il faut en passer par l'amertume des branches pour devenir un homme mais que, paradoxalement, cette construction arborescente de la masculinité peut être écimée par quelques mauvais troubles secondaires, il faut donc redoubler de force pour contrer les potentielles « pannes ». Pour cela, il faut apprivoiser la plante, la domestiquer.



Et se connaître soi-même. Être un homme<sup>10</sup> ce serait en quelque sorte pouvoir dire à sa fraternité que l'on est bien capable de conter fleurette aux dames car on maîtrise savamment la plante et son *merqâna* :

Certains khat rendent les hommes impuissants, s'ils sont trop forts pour eux. Ils diront alors que c'est la faute de la vendeuse mais en réalité c'est parce qu'ils ne savent pas khatter [...]. Il faut bien le connaître [...]. Moi j'ai besoin d'un khat fort sinon j'ai peur de ma femme, je ne sais plus comment faire. Avec un bon khat, je suis puissant [...]. C'est avec cette variété de khat-là [il désigne son bouquet] que j'ai fait de beaux garçons. (D., un vieil homme avant un *mabraz*.)

### 2.3. *Dettes de sexe ?*

Si son khat est bon, je retourne la voir, c'est comme une fille que tu vois pour [...] tu vois ? oui, bon, donc si ce qu'elle te fait te convient pas, t'y retournes pas. (I., un consommateur.)

Du côté des vendeuses, les qualités nécessaires sont nombreuses mais autrement formulées : il est pour elles question de patience, de tempérament car « parfois les clients se battent, il y a ceux qui ont bu, ceux qui viennent de perdre leur emploi, ceux qui ont des revirements d'argent, ceux qui sont fous ». Les femmes revendiquent aussi, autrement, la question de la beauté.

Pour moi, toutes ces femmes sont belles parce que la réussite professionnelle d'une vendeuse et la beauté vont de pair. Chez nous, dans le monde du khat, ça se pense comme un ensemble : si tu es belle, tu peux bien vendre et tu es d'autant plus belle que tu vends bien. Pour les clients c'est la qualité du khat – donc ses effets – qui vont de pair avec le regard qu'ils posent sur toi. Tu es d'autant plus belle que tes bouquets leur font du bien. (M., une vendeuse<sup>11</sup>.)

D'emblée, on comprend mieux pourquoi les patronnes n'emploient pas de femmes pour les remplacer en leur absence, un employé homme leur portant bien moins ombrage qu'une vendeuse – et ce d'autant plus si elle est jeune et belle. Et la concurrence est rude.

Au-delà, face à une « belle vendeuse », les hommes semblent prêts à dépenser plus que le prix du khat, prêts à déboursier plus car l'inflation des attraits de la vendeuse compte autant que la marchandise elle-même : la dépense agissant sur le désir comme un catalyseur. Ainsi, sur les étals s'opère

<sup>10</sup> D'autres travaux sur l'alcool, par exemple, font ce lien avec le « voyage vers la virilité », comme par exemple : Eriksen, 1999 ; Nahoum-Grappe, 1991.

<sup>11</sup> Nous mobilisons quatre longs entretiens ainsi que des entretiens plus brefs lors de visites quasi-quotidiennes dans sa boutique, avec Mouna, grande commerçante de khat de la ville. Ces entretiens ont été réalisés entre 2012 et 2014 et ont été entièrement réécrits pour faire l'objet d'un chapitre d'ouvrage (Lesourd, 2019).

une économie relationnelle de la séduction, plus ou moins visible, où semblerait flotter l'espoir du « sexe promis mais non donné » (Broqua *et al.*, 2019b). Payer son bouquet et l'expectative du « plus si affinités » ? On peut supposer que la « beauté » que revendiquent les femmes, et leur « caractère » (« il faut tenir tête »), sont alors autant d'armes pour provoquer l'attente tout en la déjouant, « en bénéficiant de rétributions anticipées sans s'acquitter en contrepartie de la dette [de sexe] supposément contractée » (Broqua *et al.*, 2019b). Des transactions intimes qui peuvent être interprétées non pas dans une perspective passive (Deschamps, 2013) mais bien plutôt comme des « ruses économique-lucratives » (Koenig, 2016 : 69) qui constituent des marges d'autonomie pour ces femmes – qui sont à la tête d'affaires juteuses quand leurs clients, eux, ne sont pas toujours financièrement dans des positions dominantes... : « Ma vendeuse de khat, elle a épousé un instituteur [elle] paye tout pour lui, pour ne pas qu'il aille voir ailleurs, elles les veulent dociles à la maison, elles leur payent des chaînes en or, de belles chemises, ils ont des gens à leur service, ils ont une maison, la belle vie. » (L., conversation de *mabraz.*)

Par ailleurs, ajoutons que, lorsque les commerçantes insistent sur les difficultés du métier, elles soulignent inévitablement la question lancinante de la pérennité de leurs affaires. L'âge *de facto* pouvant impacter négativement le business – et d'autant plus quand la concurrence rajeunit. Pour les vendeuses, à la qualité essentielle de la beauté s'ajoute peu à peu la question de la bonté :

Tu as entendu parler de ces femmes en face, ces trois sœurs qui vendent du khat ? Elles ont commencé récemment, elles ont commencé vite et bien, elles sont très jeunes et elles sont très belles. On pourrait croire que le succès est à leur portée... Pourtant les clients les appellent déjà « les trois oiseaux » et ce n'est pas un surnom affectueux, bien au contraire : c'est un surnom tiré d'un célèbre film éthiopien dans lequel trois sœurs commerçantes, « trois oiseaux » volent leur clientèle... La beauté apporte la clientèle, certes, mais c'est la bonté qui apporte le respect. Voilà ce qu'il faut à une femme pour vendre son khat et réussir dans son commerce sur le long terme car il est difficile dans notre domaine de débiter, il est difficile de s'enrichir mais, plus encore, il est difficile de tenir bon, années après années. (M., une vendeuse<sup>12</sup>.)

Ainsi, d'inévitables stratégies techniques prennent le relais, des stratégies acquises et possibles grâce à la maturité et la bonne santé des affaires :

Quand les prix flambent pendant la saison sèche [...] la plupart des commerçantes [...] veulent vendre autant qu'à l'accoutumée, donc, à cause de la hausse des prix, elles choisissent de vendre un khat de moindre catégorie. Moi, ma technique, c'est de vendre moins mais de ne jamais lésiner sur la qualité et je m'y retrouve... mais pas financièrement... car ces jours-là, je ne fais pas de réels bénéfices, parfois je ne

<sup>12</sup> Cf. note 12.

gagne rien et parfois même je me permets de vendre à perte. Mais c'est ma stratégie : je conserve ainsi l'attachement de toute ma clientèle jusqu'au retour de la pluie et de la baisse des prix. Je peux me fixer de tels objectifs car j'en ai les moyens mais à mes débuts, chaque pièce comptait pour réinvestir le lendemain. Mon khat est devenu une marque. (M., une vendeuse<sup>13</sup>.)

À la faculté des femmes à faire bonne gestion commerciale « technique » viennent s'adjoindre des compétences relationnelles qui relèvent là encore du registre de la dette. S'il est des jours difficiles pour les clients (parce que la pluie tarde et que les prix du khat flambe, ou parce que, tout simplement, les fins de mois sont difficiles et les revers de fortune fréquents), les commerçantes cassent les prix, certaines vendent à crédit, elles font un « geste commercial », en cela, elles fabriquent sur le temps long un dû différé. Dans une relecture du triptyque donner-recevoir-rendre (Mauss, 1950 ; Broqua *et al.*, 2019b), ces dettes partagées, des dons entremêlés, fabriquent du lien, tissent des relations de réciprocité qui attachent et qui garantissent aux femmes de jouer ce rôle d'actrice incontournable de la vente du khat : « C'est comme cela que tu fais la différence entre les commerçantes : quand le khat prend un prénom, dans ces cas, il n'y a plus de *mismar*, ni de *ḵobo*, l'appellation de la variété – qui est pourtant signe de qualité – s'efface pour prendre un visage, un style, le nom d'une femme. » (M., une vendeuse<sup>14</sup>.)

### 3. Le khat sur un marché globalisé :

#### des commerçantes au cœur des jeux d'échelles

L'exportation – légale et illégale – du khat est quant à elle, aujourd'hui, une activité dominée par les hommes. Il convient cependant de souligner que les femmes se sont elles aussi investies dans certaines circulations à l'international, avant d'en être peu à peu écartées. Nous documenterons donc les compétences techniques et relationnelles que ces commerçantes ont déployé au service d'un savoir-circuler, pour organiser la contrebande à bord des trains vers Djibouti ou expédier du khat sous colis postal ou en valise en soute vers l'Australie. Mais, plus encore, à partir de trois exemples – celui de l'organisation de la filière d'exportation vers Djibouti, de celle vers le Somaliland, ainsi que les exportations illégales hors de la Corne de l'Afrique –, nous mettrons en exergue les rapports de force qui ont participé à évincer les commerçantes. Entre abus de pouvoirs de certains hommes, contrôle de l'État, rivalités économiques d'acteurs privés, prohibitions en cascade impulsées par la *War on Drugs* et constructions de réseaux de contrebande à géométrie identitaire, les femmes ont été amenées à se replier toujours plus sur leur pré carré.

<sup>13</sup> *Idem.*    <sup>14</sup> *Idem.*

### 3.1. Vers Djibouti : abus de pouvoir(s)

Une des principales destinations du khat éthiopien est Djibouti. Sous le *derg*, l'exportation est placée sous monopole d'État via la compagnie Ethiochat (Gebissa Ezekiel, 2004). Sur le train reliant Dire Dawa à Djibouti, des containers plombés circulent sous surveillance. Après la chute de Mengistu, en 1990, à l'heure de la « libéralisation » économique, la filière d'exportation est restructurée autour de 4 entreprises privées<sup>15</sup> et d'une centaine d'attribution de licences individuelles (Anderson *et al.*, 2007 ; Gebissa Ezekiel, 2010b). Des années 1970 à 2010, les femmes se sont aventurées dans le commerce au long cours et l'exportation vers Djibouti. Figures de la contrebande (1970-1980), elles se sont embarquées à bord des trains transportant du khat à l'aller et redescendant avec des produits de consommation courante, pâtes, allumettes, boîtes de conserve :

« Il y avait une majorité de femmes sur les trains, ceux du matin, sur l'autorail, je dirai 80 % de femmes, surtout des femmes issas et oromos ; [...] personne ne les empêchait de faire leur business, tout le monde y participait, on y gagnait tous [...] sans la contrebande, Dire Dawa serait morte. » (J., ancien cheminot.)

Cet apprentissage de la mobilité se fait pas à pas :

J'ai acheté mes bouquets la veille au soir de mon premier voyage et le lendemain à l'aube, le khat dissimulé dans une valise, je suis allée à la gare et me suis fauflée à travers le petit passage entre les barbelés – connu de tous les contrebandiers – pour échapper à la surveillance de l'entrée principale où on m'aurait obligée à payer mon billet. Je suis montée dans un wagon et j'ai filé droit sur le chef du train pour monnayer ma présence [...]. Ce jour-là, le *hassanjok*<sup>16</sup> a quitté la gare à six heures du matin ; à treize heures, nous sommes arrivés à Dewelé où j'ai cédé mon khat

<sup>15</sup> À l'historique Ethiochat viennent s'ajouter la compagnie Berwako, la BIFTU et Koulmiyeh. Sur les aspects économiques (notamment la répartition des quotas, le nombre de travailleurs et les bénéfices de ces quatre structures) nous renvoyons à Anderson *et al.*, 2007. Plus largement, sur les aspects historiques et contemporains des circulations est-africaines et mondiales du khat éthiopien, je renvoie, notamment, à Gebissa Ezekiel, 2004, 2010a, 2010b ; Krikorian, 1984 ; Cassanelli, 1986. Pour les travaux relatifs au khat au Kenya, cf. Carrier, 2007, 2008b ; au Somaliland, cf. Hansen, 2009 ; à Madagascar, Gezon, 2012 ; au Yémen, Weir, 1985 ; Destremau, 1987, 1990a, 1990b.

<sup>16</sup> Désigne un des trains sur la ligne Addis-Abeba-Dire Dawa-Djibouti. Deux interprétations ont été recueillies pour expliquer cette appellation. Pour certains, il est nommé ainsi car il renvoie à l'heure d'arrivée du train à Djibouti (*asr* désigne la prière de l'après-midi ; *joog* en somali signifie, aussi, s'arrêter). Selon une autre interprétation, on le nommait Hassanjok en référence à une femme sur le train qui nommait tous les hommes virils « Hassan » (*jok* signifiant également en somali « debout »).

à des *dalala* [intermédiaires] choisis au hasard. En écoutant les autres *charchari*<sup>17</sup>, j'ai compris qu'il fallait réinvestir les bénéfiques, alors, comme elles, j'ai acheté des petites choses à écouler à Dire Dawa – des cigarettes, des allumettes, encore des produits de contrebande. Cette première fois, je n'ai pas fait de bonnes affaires : les boutiquiers et les *dalala* ont vu venir la débutante... Au retour [...] j'ai voyagé debout sur le marchepied extérieur durant sept longues heures [...] je ne sais pas ce qui m'a pris, je me suis sentie extrêmement seule et d'autant plus que tous les autres – les commerçantes, les *dalala*, les cheminots – se connaissaient, discutaient, s'haranguaient. L'idée m'est venue que ces femmes pourraient, comme ça, d'un geste, me pousser du marchepied, m'éjecter du train en marche pour s'emparer de mon butin. Alors, dans la précipitation, j'ai découvert ma tête d'une main et, à l'aide de mon foulard, je me suis ligotée à ma valise que j'ai elle-même amarrée à la poignée extérieure de la porte du wagon. (M., une vendeuse<sup>18</sup>.)

Le savoir-circuler en appelle à des compétences relationnelles, au moins pour sécuriser le voyage et faciliter les démarches : il faut se connaître, connaître les autres femmes, le personnel du chemin de fer, des intermédiaires sur place pour faciliter les affaires. Mais, sur ce train qui relie Dire Dawa à Djibouti, il faut aussi disposer de compétences relationnelles pour passer les frontières. À ce sujet, nos interlocuteurs rappellent volontiers qu'il y a sur le train deux types de commerçantes : il y a d'une part les femmes issas « qui sont d'ici et de Djibouti » qui peuvent passer la frontière et disposent sur place d'un relai pour écouler et racheter de la marchandise à un coût acceptable – un relai familial, le plus souvent, qui leur permet aussi de bénéficier d'un logement le temps du transit. Il y a d'autre part, toutes les autres femmes, oromos et amharas qui, elles, sont contraintes de descendre du train à Dewélé avant la frontière : « Si j'avais été une femme issa, j'aurais continué de l'autre côté de la frontière » ; « si j'avais pu, j'aurais exporté, mais ce sont les Issas qui exportent le khat » (S., vendeuse de khat). Une distribution des rôles confirmées par les commerçantes et commerçants issas eux-mêmes :

Ils [les Oromos] ont une plante. Mais nous [les Somalis] l'avons faite sortir du pays, nous l'envoyons dans le monde entier. Le khat c'est de l'argent, beaucoup d'argent, cela rapporte beaucoup et ce n'est pas grâce au commerce des Oromos [...] ils vendent quelques tonnes ici [en Éthiopie] mais c'est l'exportation qui fait la vraie valeur du khat, c'est l'exportation qui fixe la valeur, le prix est fonction de ce qui sort [...] l'exportation est un commerce somali. (I., un consommateur.)

Par ailleurs, quelle que soit la destination finale, toutes ces contrebandières doivent s'assurer des complicités en gare, à bord des trains et/ou aux points de contrôle.

<sup>17</sup> Commerçantes qui circulent (entre Djibouti et l'Éthiopie mais aussi entre Djibouti et le Yémen). <sup>18</sup> Cf. note 12.

D'une part, il y a nécessité, entre les années 1970 et 1990, de faire connivence avec les douaniers :

[...] À deux heures, comme d'habitude, on embarque avec mon amie R., clandestinement, on charge nos sacs de khat mais le train ne démarre pas. On attend. Plus d'une heure s'écoule et je commence à appréhender le passage de la patrouille des douaniers, celle de quatre heures du matin... Alors que R. reste sur place pour dissimuler les sacs de khat sous les rails à l'abri d'une locomotive, je pars m'enquérir de ce qui se trame [...] mais je me suis faite interpellée par les estafettes, j'ai été frappée, conduite au poste de police, frappée à nouveau, puis, finalement, en larme et terrifiée, j'ai avoué que mon mari était policier. Résultat ? Et bien ils ont tapé plus fort ! En me traitant de menteuse jusqu'à ce que l'un d'eux admette me reconnaître... Libérée, je suis remontée dans le train où j'ai retrouvé R. paniquée. [...] à la gare de Dewelé. On a failli s'y faire confisquer tout notre khat mais un collègue de mon mari est intervenu, il nous a ramenées au wagon et, en prime, il nous a fourni les bouquets qu'il avait confisqués plus tôt à d'autres commerçantes. R. et moi avons pu acheter plus de marchandises que prévu grâce à cette prime de khat ! Du riz, des cigarettes, du sel, des sardines, des allumettes et, tout en nous réjouissant des bénéfices à venir, nous sommes remontées dans le train et avons caché notre butin interdit dans les toilettes. (M., une commerçante<sup>19</sup>.)

Ici, le soutien – relatif et pas toujours systématique – d'un proche, comme un mari, permet d'éviter, ou du moins d'amoindrir, la menace qui pèse sur l'activité illégale de ces femmes ; face aux douaniers, certaines peuvent même faire parfois l'objet de privilèges – celui, par exemple, de récupérer le khat de commerçantes moins chanceuses.

D'autre part, face aux cheminots, il faut négocier son absence de titre de transport ou plus encore, il convient, faute de soutien des douaniers, de négocier l'accès à des cachettes potentielles pour soustraire le khat à la vigilance des forces de l'ordre. La meilleure des cachettes est la cabine du conducteur dont lui seul a l'autorisation d'accès. Dès lors, pour les négociantes, être l'épouse d'un cheminot offre également – et plus sûrement ? – une protection :

Ma femme était commerçante de khat sur le train, comme de nombreuses autres femmes de cheminots car, pour nous, le transport était gratuit, on ne payait pas le ticket [...] et nos femmes, le receveur ne leur disait rien, par solidarité. Nos femmes, elles, elles avaient une licence [d'exportation], qu'elles payaient pour transporter et vendre le khat [...]. On a beaucoup poussé nos femmes à faire le commerce du khat [...]. (N., un ancien cheminot.)

Pour celles qui ne bénéficient pas de ces solidarités de douaniers ou de cheminots, échapper aux contrôles requiert d'autres arrangements : un certain nombre de témoins, masculins, évoquent ce temps des trafics sur le train

<sup>19</sup> Cf note 12.

comme le temps « de l'amour » et de la « liberté ». Le temps aussi des abus de pouvoirs qui rendaient des hommes inévitablement irrésistibles et des femmes irrémédiablement consentantes :

[...] la complicité ça veut dire que ces femmes ont été les copines des cheminots [...] oui, les gars les aidaient parce qu'ils avaient couché avec elles, c'était un pourboire, *afmariss* on dit... *afmariss*, c'est le pourboire [...] c'est la serviette avec laquelle s'essuyer la bouche après avoir mangé : cela voulait dire que "une telle", elle couchait avec "untel". (H., un ancien cheminot.)

Aux regards des témoignages ci-dessus, on peut supposer que la privatisation du secteur a sans doute, dans un premier temps, privilégié les femmes proches des cheminots et notamment leurs épouses. Mais, plus largement, cette réorganisation du secteur destinée à assurer la mainmise de l'État sur la manne du commerce d'export vers Djibouti – et éviter ainsi une multiplication d'acteurs privés qu'il serait plus difficile d'identifier, de taxer et de contrôler – a surtout profité aux hommes. Ce sont eux en effet qui ont accédé aux emplois et aux postes à responsabilités dans les entreprises privées et profité plus largement de l'attribution des licences privées : « La BIFTU est dirigée par des anciens ministres, des gars de l'OPDO<sup>20</sup> [...]. La présidence de la BIFTU et de Ethiochat est tournante, ça change, parfois c'est un Issa, plus rarement un Amhara et souvent c'est un Oromo [...] en fait c'est politique, c'est Mèlès qui décide [...] il place des Oromos du parti, il récompense. » (A., conversation de *mabraz*.)

Si ces propos recueillis rendent compte des accointances qui président au *business* du khat et rappellent l'importance d'être « encarté », ils laissent également entendre les manœuvres de privatisation qui permettent au pouvoir central de demeurer au cœur des affaires politiques et économiques régionales. Au-delà, ces propos témoignent aussi d'un impensé : celle d'une refonte d'un secteur hautement féminisé qui s'est faite sans les femmes : « des anciens ministres », « des gars », « un Issa/Oromo/Amhara ».

Enfin, une autre décision politique majeure provoque ensuite l'éviction totale des commerçantes : celle de la fin de la circulation des trains, effective en 2010. Coup de sifflet. Fin du voyage. L'exportation s'effectue alors par la route, via des véhicules qu'il faut acheter ou louer, via un transporteur. À ses coûts s'ajoutent ceux des *check points* et ceux des « accommodements » pour ceux qui ne bénéficient pas de licence. Une organisation qui s'avère beaucoup plus onéreuse que le voyage ferroviaire en solitaire. Les *charchari* sédentarisent leur commerce à Dire Dawa et reprennent place derrière leur étal.

<sup>20</sup> Organisation populaire et démocratique oromo.

### 3.2. Vers le Somaliland : faire alliance(s)

« Je viens tout juste d’être élue femme d’affaires de l’année. Mais juste après, le gouvernement n’a pas hésité à m’envoyer une facture pour des arriérés d’impôts s’élevant à 48 millions de birrs (1,8 million d’euros). Mais nous allons trouver une solution. J’ai de bonnes relations avec le Premier ministre. » (S., une exportatrice, citée dans Hedemann, 2016)

S. est basée entre Jijiga et Dire Dawa, elle est à la tête d’une célèbre société, la 571, qui détient le monopole du commerce et de la distribution du khat dans toute la région 5 (la région somalie) de l’Éthiopie. Plus loin, vers le Somaliland, elle exporte<sup>21</sup> un volume estimé par nos interlocuteurs à 60 000 kilogrammes par jour (ce qui représenterait les deux tiers de l’exportation vers cette destination). Figure du commerce du khat, la presse française l’a d’ailleurs récemment surnommée « La Reine du khat » (Hedemann, 2016).

Elle aurait commencé le commerce du khat à Jijiga, avec sa mère. Si l’on peut lire dans la presse que « petite, elle travaillait avec eux [ses parents] sur leur petit stand de rue à Djidjiga », ou même que « la jeune fille [...] à l’époque colportait au bord de la route pour vendre du khat » (*ibid.*), nos interlocuteurs affirment que le commerce maternel était déjà prospère et que sa mère « était une commerçante de khat connue qui lui a appris le métier ».

Puis, la jeune femme développe rapidement un réseau de consommateurs plus large : elle envoie sa marchandise dans les villages proches de Jijiga et au Somaliland voisin, à 80 kilomètres, puis abreuve en khat toute la région 5 grâce aux « camions de commerçants de son clan qui voyagent jusqu’en Somalie ». S. tisse d’abord sa toile d’approvisionnement en suivant la trame des solidarités issaq et, plus précisément, celles du clan Idankalé de son père et du clan Bartiré de sa mère :

Dans son clan, dans la région 5, les hommes ne broutaient que son khat, mais pas juste le clan de son père, aussi, tous les Issaqs, ils voulaient khatter son khat [...]. Et les Issaqs sont des gros khatteurs, des gens dépensiers, prêts à tout pour le khat. Ils s’en foutent du lendemain, ce qui compte c’est le khat du jour. (S., conversation de *mabraz.*)

Après un premier divorce, bien assise financièrement, elle investit dans quelques Isuzu<sup>22</sup> pour garantir sa propre diffusion. C’est à cette époque qu’elle contracte un second mariage avec un Somali du clan issaq : M. est un homme d’affaire d’Hargeisa, il est spécialisé dans l’importation et la distribution du khat au Somaliland... Unanimement à Dire Dawa, on affirme qu’il ne s’agit pas – juste – d’un mariage entre un homme et une femme, mais d’une

<sup>21</sup> Au sujet de l’importation et la consommation du khat au Somaliland, nous renvoyons aux travaux de Peter Hansen (2006, 2007, 2009, 2010, 2013).

<sup>22</sup> Isuzu (Motors Ltd) est une marque japonaise de camions très utilisés, notamment en Éthiopie.



l'alliance entre deux gros commerçants qui donne naissance à une compagnie : la 571 (Hansen, 2010). Côté Éthiopie, S. gère l'approvisionnement auprès des paysans :

C'est elle qui contrôle le khat car elle contrôle les producteurs. Moi je lui vends mon khat, je vends à ses *dalala* [intermédiaires] et à personne d'autre parce qu'ils sont partout, dans les villages et ils t'achètent le khat plus cher que les autres, que la Biftu et tous les autres. Alors, je travaille avec elle. (S., un producteur.)

Les tiges collectées dans les campagnes sont ensuite envoyées à Jijiga où elles sont conditionnées en bouquets prêts à la vente. Une moitié des rameaux part dans la région 5, la zone de S., l'autre moitié vers Hargeisa, la zone de son mari qui inonde ensuite le reste du Somaliland et une partie du Puntland. De Jijiga vers toute la région 5 partent chaque jour 25 Isuzu FSR (d'une capacité de huit tonnes chacun). La rentabilité financière est telle que pour répondre à la nécessité de rapidité de l'acheminement, la 571 a fait l'acquisition de deux Antonov. Basés sur le tarmac de Dire Dawa, marqués bleu sur blanc du prénom de S., les deux avions partent chaque jour délivrer le khat dans la région 5, le premier vers Godé, le second vers Dolo Ado<sup>23</sup>.

La 571 est une marque incontournable et hégémonique de la région Ogaden en Éthiopie et au Somaliland (Hansen, 2009, 2010). Cette marque présente deux visages, un de chaque côté de la frontière. Dans la presse internationale ou même dans certains ouvrages scientifiques (Anderson *et al.*, 2007 : 59-60) faisant référence à l'exportation contrôlée par la *brand* 571, il est souvent bien davantage question de S. que de son mari-associé. Dans une publication récente, le chercheur Peter Hansen (2009 :12) évoque que lorsque l'équipier et époux a contracté un deuxième mariage avec une femme plus jeune, S. – qui n'avait ni donné son consentement ni même d'ailleurs été informée de l'arrivée d'une coépouse – « s'y est simplement opposée en stoppant la livraison du khat, le forçant efficacement à divorcer de cette seconde épouse ». De l'union économique du couple à l'empêchement de la polygamie (qui témoignerait pourtant de son standing d'homme d'affaires), la circulation du khat s'insinue une fois encore jusque dans la sphère privée et est conditionnée par le jeu des alliances, ici matrimoniales.

Enfin, si la réussite du duo tient, certes, à sa composition stratégique, tant technique que relationnelle, il faut également souligner que sa prospérité n'est pas sans lien avec le soutien du pouvoir éthiopien qui, compte tenu de

<sup>23</sup> En Éthiopie, Godé est un centre urbain qui compterait 470 000 habitants. Dolo Ado n'est officiellement pas plus peuplé que ses voisins (100 000 habitants), mais ce lieu compte 200 000 réfugiés majoritairement somaliens. Il est le deuxième plus grand camp de réfugiés au monde et, à ce titre, il est équipé d'une piste d'atterrissage à des fins humanitaires et... commerciales (UNHCR, 2016).

l'impossibilité politique de mettre en place des structures officielles avec le Somaliland – comme dans le cas djiboutien –, semble conforter le monopole d'une entreprise privée :

Il y a une dizaine d'années, à l'agence Ethiopian Airlines [de Dire Dawa], il y avait la queue au guichet, tous les jours [...] des commerçantes issaqs qui habitent Godé [...] elles vont à l'agence et payent des billets d'avion à qui veut pour que le voyageur transporte leur khat jusque Godé [...]. Certaines de ces femmes prennent l'avion elles-mêmes mais il faut être le lendemain ou le surlendemain de retour à Dire Dawa pour être le matin à AwWoday... donc le mieux pour ces femmes c'est de trouver des voyageurs qu'elles financent. À l'époque, le billet n'était pas cher, à 1 000 ETB, comme ça, et Godé avait du khat frais tous les jours.

Ethiopian Airlines a ensuite mis en place une nouvelle règle : ne pouvaient acheter un billet de Dire Dawa vers Godé que les personnes domiciliées formellement à Dire Dawa. C'était vraiment pour empêcher les femmes de faire le commerce, c'est sûr. Alors rapidement, les Issaqs ont mis en place un trafic de cartes d'identité fabriquées dans le quartier somali. De nombreuses commerçantes se sont retrouvées avec deux cartes d'identité. Leurs affaires ont repris. Mais S. ne s'est pas laissé faire : elle a mis tous ses camions sur Godé, tous chargés d'un super khat, la grande qualité, qu'elle a vendu à très bas prix, à perte, pendant plusieurs semaines. Le khat des femmes arrivé par avion ne trouvait plus preneur... les gens n'en voulaient plus. Les femmes se sont essouffées et S. a gagné. (S., un consommateur.)

Là encore, s'appuyer ainsi sur un acteur privé permet de limiter, au profit d'un seul interlocuteur, la prolifération de commerçants et commerçantes qu'il serait plus difficile d'identifier et donc d'imposer. Ce faisant, cette accointance offre de brider, au bénéfice d'une entreprise fidélisée au parti, l'émergence de potentielles figures de la réussite du khat dans une région peu favorable à l'État central. « La concurrence, elle [S.] la tue » rappelle un de nos interlocuteurs. À commencer, comme le souligne l'extrait ci-dessous, par la concurrence des autres femmes.

### 3.3. *Prohibitions internationales : quels risques, quelles conséquences ?*

Au-delà des pays de la corne de l'Afrique, les circulations du khat suivent la cartographie des diasporas éthiopiennes, somaliennes, djiboutiennes, kényanes et yéménites (Anderson *et al.*, 2007 ; Hansen, 2013 ; Klein, 2007, 2013 ; Beckerleg *et al.*, 2009 ; Gebissa Ezekiel, 2012) et serpentent entre les différentes

législations nationales<sup>24</sup>. Dans quelques pays, comme en Australie, le khat est frappé d'une autorisation limitée<sup>25</sup> :

Il y avait les études des enfants, les frais étaient élevés et puis j'aime bien les belles choses, un beau sac, une belle robe, c'est important pour les femmes d'être élégantes ! Comme mes frères et sœurs habitent en Australie, et que c'était légal, [envoyer du khat] était une évidence. J'achetais pour 500 ETB [20 €] de khat [...] j'en faisais un colis mensuel de 5 kg, je payais 200 ETB [8.20 €] de douanes et 300 ETB [12.30 €] de poste. À Melbourne, mon frère confiait le khat à un resto yéménite où les gens venaient manger et s'approvisionner [...] J'engrangeais 1 500 ETB [61 €] de bénéfice par mois [...]. (A., exportatrice occasionnelle.)

Comme le montre l'extrait ci-dessus, les quelques femmes rencontrées qui exportent, ou ont exporté, optent plus facilement pour des destinations autorisées et pour du khat séché (*gogoma*<sup>26</sup>) : cette marchandise et son envoi sont moins coûteux, les bénéfices moins rentables mais moins incertains, donc en conformité avec les attentes des femmes qui visent d'abord l'amélioration de leur confort quotidien. La prise de risque est également évitée en opérant dans le cadre de relations de confiance, généralement familiales. En effet, commercer en dehors d'un tel cercle expose le partenaire expéditeur aux risques du vol, si, par exemple, le partenaire à destination prétexte un colis perdu. Par ailleurs, quand il est expédié en zone légale, l'itinéraire du colis peut être suivi sur internet (à l'inverse, en l'expédiant vers une destination illégale, opter pour une traçabilité ne peut que nuire aux commerçants si le colis est intercepté). Au cœur de cette question de confiance, ce sont les relations de parenté qui sont privilégiées, des compétences relationnelles qui

<sup>24</sup> L'arbre est par exemple inscrit à la liste des stupéfiants en France dès 1957. La Norvège liste le khat comme stupéfiant en 1987, l'Irlande en 1988, la Suède en 1989, le Danemark en 1993, la République Tchèque en 2009. En Europe, nombreux sont les pays qui en interdisent l'importation, comme la France. De même, le khat est illégal en Arabie Saoudite et aux États-Unis. En revanche, le bouquet est autorisé en Israël et aucune législation n'est en vigueur en Indonésie, ni dans la majorité des pays d'Amérique du Sud. Pour une lecture et une interprétation critique des politiques de prohibition, cf. Carrier, 2008a.

<sup>25</sup> Dans certains États, il peut être autorisé d'importer cinq kilogrammes de khat par licence, à des fins personnelles, avec l'accord du Service d'inspection et de quarantaine du Ministère de l'agriculture et l'accord de l'Administration des produits thérapeutiques du Ministère de la santé. <sup>26</sup> Le *gogoma* est un khat séché, « lyophilisé » (puis réhydraté au Coca-Cola ou à l'eau pour sa consommation) ; il est bien moins cher que le khat frais car il ne se fabrique pas avec les meilleures variétés, ni même avec les meilleures feuilles et son format de brisure permet, pour son transport, de dépasser l'impératif du chronomètre (les effets des feuilles fraîches s'évanouissent 48 heures après cueillette) dans des colis peu encombrants, de fait plus discrets.

font ressurgir les inégalités d'opportunités d'affaires entre Issas et Oromos puisque la diaspora des premiers est conséquente dans le monde entier :

« Moi, j'aurais voulu exporter mais il faut trouver une personne de confiance, il faut être Somali, moi j'ai grandi chez les Oromos. J'ai donc abandonné cette idée. Pour l'instant. Dans la vie, il faut être patient, quoi qu'il arrive, c'est la qualité numéro un pour faire du commerce, surtout celui du khat [...] » (O., un vendeur au détail.)

Suite aux récentes fermetures de frontières de 2014 en Chine (voie de passage privilégiée pour atteindre les États-Unis), en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas<sup>27</sup> – où sont basés de très nombreux consommateurs –, les destinations légales s'amenuisent, les « sauts d'échelle » sont de plus en plus contrariés et coûteux<sup>28</sup>. Sur ce marché globalisé, il nous semble que persistent avant tout des acteurs qui ont le capital financier et social pour prendre des risques, des hommes, donc, essentiellement, même si nombreux sont ceux qui abandonnent aussi peu à peu :

[...] avant 2014, il fallait arriver à l'ouverture, avant même, prendre sa place [...] 5 000 kg partaient chaque mois, vers la Chine, Guangzhou, Hong Kong, maintenant, c'est moins [...] maintenant c'est 200/300 kg par semaine, maximum, il faut tester d'abord, prendre le temps de savoir où tu envoies ton khat [...]. Il faut repérer des nouvelles destinations, répéter, c'est risqué, il faut changer tout le temps les itinéraires [...] (D., un exportateur.)

Alors face à la prohibition expansive, que reste-t-il comme horizon de commerce ? Le marché éthiopien lui-même<sup>29</sup>, comme, par exemple, à Addis-Abeba, où ce sont majoritairement des hommes qui ouvrent et tiennent les boutiques de khat qui fleurissent depuis quelques années dans la capitale. Cet investissement dans la vente au détail est d'autant plus alléchant que le prix du khat n'a de cesse d'augmenter. Même à Dire Dawa :

Au début [...] les hommes qui passaient « de l'autre côté » restaient cachés, ou tout du moins discrets, puis récemment quelques-uns se sont lancés au grand jour [...]. Pour les autres en règle générale, à Tchaterra<sup>30</sup>, ou dans le reste de la ville, la pression qui pèse sur ces hommes est forte [...] ils ne sont toujours pas considérés à leur place là où ils sont. Alors, souvent ils se découragent et des vendeuses ne se gênent pas pour que cela arrive le plus rapidement possible... (M., une vendeuse<sup>31</sup>.)

<sup>27</sup> Sur les effets, notamment, du récent bannissement du khat en Grande-Bretagne, voir les travaux de Klein, 2008 ; Anderson *et al.*, 2007 ; Beckerleg *et al.*, 2009. <sup>28</sup> Selon les chiffres de l'Organisation mondiale des douanes, en 2014, 100 tonnes de khat ont été saisies, dont 10 428 kg dans des courriers postaux, 33 554 kg dans des véhicules (107 saisies) et 8 317 kg transportés par avion (835 saisies). <sup>29</sup> Environ 15,3 % de la population éthiopienne s'adonne au khat (Demewoz Haile & Yihunie Lakew, 2015). <sup>30</sup> Un des deux grands marchés de khat de la ville. <sup>31</sup> Cf. note 12.

Ces hommes qui s'infiltrèrent dans le commerce local bravent les représentations sociales qui associent la vente au détail à une activité de femme, dévalorisante donc. Mais, lors de notre dernier terrain en 2016, en périphérie des marchés dédiés au khat, deux hommes étaient bien installés : le premier est un commerçant qui travaille avec une femme, son épouse ; le second est le fils d'une célèbre vendeuse de khat aujourd'hui décédée.

Moi je n'ai véritablement commencé qu'il y a deux ans [2011], quand je dis deux ans, c'est à dire que c'est à ce moment que j'ai pris toutes les responsabilités ; en fait, j'ai commencé à vendre le khat il y a 5 ans mais pendant toutes ces années je suis restée sous la direction de ma mère, j'étais juste un assistant ; il m'a fallu trois ans pour passer aux commandes et elle ne me les a pas vraiment laissées ! Juste parce qu'un jour, elle était tellement malade, qu'elle n'a pas pu se lever, elle était épuisée, ce jour-là, j'ai pris les choses en main, ce jour-là, j'ai accompli la mission et on a continué comme ça.

Elle m'a tout appris et je suis ses traces [...]. J'achète une vingtaine de bottes par jour, du *mismar* et du *karaboula*<sup>32</sup> et je rentre ici, je reste jusque 19 heures, je ne délègue pas [...] 20 birrs de bénéfice par botte, c'est bien, et je vois passer 200 personnes minimum par jour. Je marche comme cela et mes clients le savent, ils me connaissent et, même si j'ai hérité des clients de ma mère, des hommes qui lui sont restés fidèles, j'ai aussi mes propres clients aujourd'hui car je ne fais pas de problème, je reste honnête. Il y a aussi beaucoup de femmes qui viennent à la boutique [...].

Moi, je rêvais d'être pilote d'avion, pas vendeur de khat ! Je ne pensais pas faire ce commerce, jamais je n'y aurai pensé mais ma mère m'a attrapé [...] c'est une chance car le khat rapporte de l'argent et il n'y a rien d'autre à faire dans cette ville. (O., un vendeur.)

Notons que ces présences masculines ne peuvent, pour l'instant, opérer qu'avec des auras féminines. Dans le cas de O., s'inscrire dans le puissant sillon de sa mère, même défunte, lui permet de légitimer sa présence tant aux yeux des hommes qu'aux yeux de ses concurrentes. Si quelques hommes se maintiennent, on peut supposer que d'autres tenteront leur chance, en suivant peut-être des stratégies assez similaires puisque, comme le souligne O., il n'y a de toute façon « rien d'autre à faire dans cette ville » à part le khat, surtout quand les frontières se ferment. Dès lors, le marché local pourrait constituer une opportunité de repli pour les exportateurs « déchus » s'ils décident, compte tenu de leur appauvrissement potentiel, d'endosser des rôles professionnels dévolus aux femmes. D'autres terrains permettraient de mesurer l'ampleur de cet investissement des hommes, en cerner les modalités et stratégies et en analyser les conséquences sur le pré carré des commerçants.

<sup>32</sup> Variétés de khat.

#### 4. Conclusion

En observant le travail « en train de se faire », nous avons donné à comprendre la spécificité féminine de ce business du khat, objet dont la consommation, associée au plaisir et au désir, agit comme une colonne vertébrale des normes de genre et pose, par ricochet, les femmes comme principales détaillantes de cette marchandise, des femmes rompues à faire prospérer des espace-temps intimes où chacun peut espérer du khat plus que du khat : des effets toujours plus stimulants pour les clients, des marges toujours plus bénéficiaires et pérennes pour les vendeuses. Aux compétences commerciales d'ordre technique déployées par ces actrices s'ajoutent en effet des compétences relationnelles articulées, nous semble-t-il, autour de la dette : les femmes, en jouant de leurs atours et des représentations du khat, semblent vendre des promesses à des hommes qui dépensent, et reviennent dépenser, dans l'attente, l'espoir, le fantasme d'une sexualité – qui ne viendra sans doute jamais. Dans ces transactions intimes au cours desquelles la dette n'est jamais soldée, se construit donc de l'attachement qui opère même à plus long terme : comme l'expriment autrement les vendeuses, leur capital beauté doit muer avec l'âge en capital bonté pour fidéliser une clientèle malgré la concurrence des plus jeunes installées sur les marchés.

Ainsi, cette spécificité sexuée, et sexuelle, assure aux femmes un monopole qui a joué, et joue encore, comme un tremplin économique et social, assurant un emploi, des revenus, une indépendance financière, une reconnaissance, du pouvoir. Toutefois, en élargissant la focale au-delà de l'échelle locale, cette spécificité du business, et l'autonomie qui en découle, ne sont toutefois pas sans limite.

Certes, les femmes ont déployé leurs compétences au service du savoir-circuler en s'appuyant sur des réseaux variés – que ce soit grâce à leurs unions matrimoniales, leurs vagabondages amoureux ou grâce à des solidarités corporatistes (les cheminots, les douaniers) ou à géométrie identitaire. Toutefois, force est de constater que, dans ces circulations, ce sont les hommes qui, complices ou contraints, agissent comme de véritables laisser-passer : ils fluidifient les parcours, favorisent l'élargissement de la clientèle, ou à l'inverse, ils font obstacle. Ainsi, les abus de pouvoir de certains hommes sur le train vers Djibouti témoignent que, dès lors que le khat s'extrait des face-à-face entre les vendeuses et leurs clients, la dynamique relationnelle à l'œuvre dans les transactions intimes, maîtrisée par les femmes, disparaît au profit de la seule dimension sexuelle du khat<sup>33</sup> ; il devient objet d'affirmation et de domination

<sup>33</sup> Cette violence est sans doute nourrie, également, par l'image persistante d'une mauvaise réputation qui touche les femmes associées au khat, des femmes qui seraient considérées comme « légères », Beckerleg (2010)

par la violence physique des hommes – une violence de surcroît exercée par des hommes en uniforme.

À ces rapports de pouvoir pour négocier son chemin vient se superposer l'ambition de l'État central éthiopien de transformer une économie informelle en économie formelle visant à maîtriser un territoire périphérique et sa ressource, dans une région peu encline à l'allégeance. Les femmes se heurtent alors à la « privatisation », entendre aussi la masculinisation, de la filière d'exportation. Dans cette réorganisation, le capital transnational des négociants articulé à la logique de fidélité au parti, aux connexions « d'encartés », ou à l'inverse, la marginalisation d'un clan par les sphères du pouvoir au profit d'un autre, constituent d'importants rapports de force et en appellent à de denses et plus coûteuses stratégies qui ont participé au repli des commerçantes sur « leur » pré carré. Ici, ce ne sont donc pas tant les dispositifs de contrôle de la filière à l'échelon national – dont on perçoit bien les limites, notamment à travers la persistance des efficaces réseaux de contrebande – que la fragmentation des logiques et des résistances des acteurs locaux qui auraient eu raison des commerçantes.

Au-delà, la généralisation de la prohibition impulsée par la *War on drugs* exclue petit à petit les acteurs les plus modestes, c'est-à-dire ceux qui n'ont pas les moyens financiers de prendre des risques. Certes, les femmes, déjà recroquevillées sur leur fructueux étals, ont été moins concernées que les hommes par ce rétrécissement du marché international d'autant que celles qui s'adonnent à l'exportation au lointain ont fait le choix d'investissement moins rentables, mais plus sûrs, en privilégiant le format *gogoma* vers des destinations légales. Toutefois, la fermeture des frontières qui impacte essentiellement les hommes interroge sur leur perspective d'horizons commerciaux et leurs futures stratégies de repli : les commerçantes pourraient-elles résister à une potentielle pression masculine sur leur pré carré alors que les quelques vendeurs déjà installés proposent une marchandise à un prix plus compétitif, sans l'inflation des charmes de la vendeuse ? Enfin, se dessine en filigrane une autre évolution qui pourrait également favoriser l'insertion des hommes et nuire au pré carré féminin du khat : le public des mâcheurs tend à se féminiser or, il semblerait que ces consommatrices achètent leurs bouquets auprès des hommes : « Pour vendre du khat, il faut une différence de sexe, il faut un homme et une femme [...] les femmes n'achètent pas aux femmes, elles envoient quelqu'un pour elles, ou alors elles vont voir un homme [...] » (conversation de *mabraz*.)

Émergence de commerçants endossant un « métier de femme ». Émergence de consommatrices d'un « produit d'homme »... Ces reconfigurations reposeraient alors, avec acuité, la question de la spécificité féminine du commerce et, au-delà, celle du rôle du khat dans les rapports de genre.

## Bibliographie

- AMARE GETAHUN & KRİKORIAN ABRAHAM D., 1973, Chat : Coffee's Rival from Harar, Ethiopia. I. Botany, Cultivation and Use, *Economic Botany*, 27 (4), 353-377.
- ANDERSON D., BECKERLEG S., HAILU DEGOL & KLEIN A. (ed.), 2007, *The Khat Controversy. Stimulating the Debate on Drugs*, Oxford, Berg.
- BARJONNET C., 2005, *AwWoday ou la ruée vers l'or vert : filières de distribution du qat et urbanisation au Harar*, mémoire de maîtrise de géographie, Université Paris IV.
- BECKERLEG S., 2010, East African discourses on khat and sex, *Journal of Ethnopharmacology*, 132, 600-606.
- BECKERLEG S., KLEIN A. & HAILU DEGOL, 2009, Regulating Khat—Dilemmas and Opportunities for the International Drug Control System, *International Journal of Drug Policy*, 20, 509-513.
- BROQUA C. & COMBESSIE P., DESCHAMPS C. & RUBIO V., 2019 b, La sexualité au cœur des échanges intimes, *Journal des anthropologues*, 2019/1-2 (156-157), 21-35.
- BROQUA C. & DOQUET A. (dir.), 2013, dossier « Masculin pluriel », *Cahiers d'études africaines*, 209-210.
- BROQUA C. & EBOKO F., 2019a, La fabrique des identités sexuelles, *Autrepart*, 49, 3-13.
- CARRIER N., 2007, *Kenyan Khat : The social life of a stimulant*, Leiden, Brill.
- CARRIER N., 2008a, *La politique de la stupéfaction. Pérennité de la prohibition des drogues*, Rennes, PUR.
- CARRIER N., 2008b, Is Miraa a Drug ? Categorising Kenyan Khat, *Substance Use and Misuse*, 43 (6).
- CASSANELLI L., 1986, Qat : changes in the production and consumption of a quasi-legal commodity in northeast Africa, in Appadurai A. (ed.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press, 236-257.
- CHEIKH M. & PÉRALDI M. (dir.), 2009, *Des femmes sur les routes. Voyages au féminin entre Afrique et Méditerranée*, Casablanca/Paris, Le Fennec/Karthala.
- CORNEILLE P., 1988, *Polyeucte*, Paris, Le livre de Poche.
- DECHASSA LEMESSA P., 2001, *Khat (Catha edulis) : Botany, Distribution, Cultivation, Usage and Economics in Ethiopia*, UN Emergencies Unit for Ethiopia, Addis-Abeba.
- DEMEWOZ HAILE & YIHUNIE LAKEW, 2015, Khat Chewing Practice and Associated Factors among Adults in Ethiopia : Further Analysis Using the 2011 Demographic and Health Survey, *PLoS ONE*, 10(6).
- DESCHAMPS C., 2013, Prix et valeur dans la circulation du désir, *Ethnologie française*, 2013/3 (43), 391-398.
- DESTREMAU B., 1987, L'or vert du Nord Yémen, *Les Cahiers de l'Orient*, 8-9, 253-73.
- DESTREMAU B., 1990a, Le qat, planche de salut ou cancer de l'économie yéménite ?, *Études rurales*, 117, 179-190.



- DESTREMAU B., 1990b, Le qat et la “narcotisation” de l’économie yéménite, *Revue des mondes musulmans et de la Méditerranée*, 55-56, 266-284.
- DIDIER J., 2008, *Étude bibliographique d’une plante mal connue dans les pays occidentaux : Catha Edulis Forsk*, thèse de doctorat en pharmacie, Université de Nancy.
- ERIKSEN S., 1999, Alcohol as a gender symbol, Women and the alcohol question in the turn-of-the century Denmark, *Scandinavian Journal of History*, 24, 45-73.
- GEBISSA EZEKIEL, 2004, *Leaf of Allah. Khat & Agricultural Transformation in Harerge, Ethiopia 1875–1991*, Oxford, James Currey.
- GEBISSA EZEKIEL, 2010a, *Khat in Ethiopia. Taking the Place of Food*, Trenton/Asmara, The Red Sea Press.
- GEBISSA EZEKIEL, 2010b, Khat in the Horn of Africa : historical perspectives and current trends, *Journal of Ethnopharmacology*, 132, 607-614.
- GEBISSA EZEKIEL, 2012, Khat : Is It More Like Coffee or Cocaine ? Criminalizing a Commodity, Targeting a Community, *Sociology Mind*, 2 (2), 204-212.
- GEZON L., 2012, Drug Crops and Food Security : The Effects of Khat on Lives and Livelihoods in Northern Madagascar, *C&afe*, 34 (2), 124-135.
- HANSEN P., 2006, Khat Sub-cluster Report. UNDP Somalia, *The World Bank, Joint Needs Assessment for Somalia*, Nairobi.
- HANSEN P., 2007, Revolving returnees in Somaliland, in Sørensen N. N. (ed.), *Living Across Worlds : Diaspora, Development and Transnational Engagement*, Geneva, International Organization for Migration (IOM), 129-150.
- HANSEN P., 2009, *Governing Khat Drugs and Democracy in Somaliland*, DIIS Working paper, 24.
- HANSEN P., 2010, The ambiguity of khat in Somaliland, *Journal of Ethnopharmacology*, 132, 590-599.
- HANSEN P., 2013, Khat, Governance and Political Identity among Diaspora Returnees to Somaliland, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 39 (1), 143-159.
- HEDEMANN, P., 2016, La reine du khat, “femme d’affaires de l’année” en Ethiopie, *L’Obs*, 16 novembre [URL : <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-afrique/20120101.RUE6779/la-reine-du-khat-femme-d-affaires-de-l-annee-en-ethiopie.html>].
- JABLONKA I., 2011, L’enfance ou le “voyage vers la virilité”, in Corbin A., Courtine J.-J. & Vigarello G. (dir.), *Histoire de la virilité*, 2, Paris, Seuil, 33-61.
- KLEIN A., 2007, Khat and the creation of tradition in the Somali diaspora, in Fountain J. & Korf D. J. (ed.), *Drugs in Society. European Perspectives*, Oxon, Radcliffe Publishing, 51-61.
- KLEIN A., 2013, The Khat ban in the UK : what about the “scientific” evidence ?, *Anthropology Today*, 29, 6-8.
- KOENING B., 2016, Amour, ruse et érotisme dans les transactions intimes de jeunes de la ville d’Abidjan (Côte d’Ivoire), *Recherches féministes*, 29 (2), 63-85.

- KRIKORIAN A., 1984, Kat and its use : An historical perspective, *Journal of Ethnopharmacology*, 12 (2), 115-178.
- LESOURD C., 2014, *Femmes d'affaires de Mauritanie*, Paris, Karthala.
- LESOURD C., 2019, *Puissance khat. Vie politique d'une plante stimulante*, Paris, PUF.
- MANRY V., 2001, Être en affaires : compétences relationnelles, éthique de la performance et ordre social dans les réseaux commerçants au marché aux puces de Marseille, in Péraldi M. (dir), *Cabas et containers. Activités marchandes informelles et réseaux migrants transfrontaliers*, Paris, Maisonneuve et Larose.
- MAUSS M., 1950, Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques, in *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF.
- NAHOUM-GRAPPE V. (dir.), 1991, *La culture de l'ivresse*, Paris, Éditions Quai Voltaire.
- ORGANISATION MONDIALE DES DOUANES, 2015, *Rapport sur les trafics illicites*, disponible en ligne [URL : <http://www.wcoomd.org/fr/topics/enforcement-and-compliance/resources/publications.aspx>].
- RODINSON M., 1977, Esquisse d'une monographie du Qat, *Journal Asiatique*, 265, 71-96.
- TARRIUS A., 2000, *Les nouveaux cosmopolitismes. Mobilités, Identités, Territoires*, La Tour-d'Aigues (Vaucluse), Éditions de l'Aube.
- UNHCR, 2016, *Ethiopia Factsheet*, available online [URL : <https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/EthiopiaFactSheetJanuary2016.pdf>].
- VAN OORSCHOT I., 2013, Qat, Cosmopolitanism, and Modernity in Sana'a, Yemen, *Arabian Humanities*, 1.
- VARISCO D. M., 1986, On the meaning of chewing : The significance of Qat (Catha edulis) in the Yemen Arab Republic, *International Journal of Middle East Studies*, 18, 1-13.
- WEIR S., 1985, *Qat in Yemen : Consumption and Social Change*, London, British Museum Publications.

## Résumé

À Dire Dawa, en Éthiopie, ce sont les femmes que l'on voit travailler sur les étals des marchés de khat : séparer et aérer les fagots, composer les bouquets, négocier avec des consommateurs qui sont, eux, majoritairement, des hommes. Mâcher le khat pour profiter de ses vertus stimulantes est en effet une activité connotée masculine mais le vendre, en revanche, est considéré comme l'activité des femmes.

En observant les commerçantes de khat dans leur travail « en train de se faire », nous proposons de donner à comprendre la spécificité féminine de ce business du khat, objet dont la consommation, associée au plaisir et au désir, agit comme une colonne vertébrale des normes de genre et pose, par ricochet, les femmes comme principales détaillantes de cette marchandise – des femmes rompues à faire prospérer des espaces intimes où chacun peut espérer du khat plus que du khat : des effets toujours plus stimulants pour les clients, des marges

toujours plus bénéficiaires et pérennes pour les vendeuses (Lesourd, 2019). Aux compétences commerciales d'ordre technique déployées par ces actrices s'ajoutent en effet des compétences relationnelles (Manry, 2001) articulées, nous semble-t-il, autour de la dette : les femmes en jouant de leurs atours et des représentations du khat semblent vendre des promesses à des hommes qui dépensent dans l'attente, l'espoir, le fantasme d'une sexualité – qui ne viendra sans doute jamais (Broqua *et al.*, 2019b ; Deschamps, 2013 ; Koenig, 2016). Dans ces transactions intimes au cours desquelles la dette n'est jamais soldée, se construit donc de l'attachement qui opère même à plus long terme : comme l'expriment autrement les vendeuses, leur capital beauté doit muer avec l'âge en capital bonté pour fidéliser une clientèle malgré la concurrence des plus jeunes installées sur les marchés.

Ainsi, cette spécificité sexuée, et sexuelle, assure aux femmes un monopole qui a joué, et joue encore, comme un tremplin économique et social, assurant un emploi, des revenus, une indépendance financière, une reconnaissance, du pouvoir.

Toutefois, en élargissant la focale au-delà du pré carré des marchés locaux, cette spécificité du business s'estompe peu à peu. À l'échelle de la Corne de l'Afrique, les femmes ont pourtant déployé leurs compétences au service de savoir-circuler, en s'appuyant, vers Djibouti par exemple, sur des réseaux variés – que ce soit grâce à leurs unions matrimoniales, leurs vagabondages amoureux ou grâce à des solidarités corporatistes (les cheminots, les douaniers) ou à géométrie identitaire. Néanmoins, force est de constater que, dans ces circulations transfrontalières, ce sont les hommes sur le train qui, complices ou contraints, ont agi comme de véritables laissez-passer : ils fluidifient les parcours, favorisent l'élargissement de la clientèle, ou à l'inverse, ils font obstacle. À ces rapports de pouvoir pour négocier le chemin vient se superposer l'ambition de l'État central éthiopien de transformer une économie informelle en économie formelle visant à maîtriser un territoire périphérique et sa ressource, dans une région peu encline à l'allégeance. Les femmes se heurtent alors à la « privatisation », entendre aussi la masculinisation, de la filière d'exportation. Dans cette réorganisation de la filière d'exportation, que ce soit à destination de Djibouti ou du Somaliland (Anderson *et al.*, 2007 ; Gebissa Ezekiel, 2004, 2010b), le capital transnational des négociants articulé à la logique de fidélité au parti, aux connexions « d'encartés », ou à l'inverse, la marginalisation d'un clan par les sphères du pouvoir au profit d'un autre, constituent d'importants rapports de force et en appellent à de denses et plus coûteuses stratégies qui ont participé au repli progressif des commerçantes sur « leur » pré carré local. Ici, ce ne sont donc pas tant les dispositifs de contrôle de la filière à l'échelon national – dont on perçoit bien les limites, notamment à travers la persistance des efficaces réseaux de contrebande – que la fragmentation des logiques et des résistances des acteurs locaux qui auraient eu raison des commerçantes.

Dans ces jeux d'échelles enfin, nous revenons sur la généralisation de la prohibition impulsée par la *War on drugs* (Beckerleg *et al.*, 2009; Carrier 2008b; Gebissa Ezekiel, 2012; Hansen, 2006) qui exclue petit à petit les acteurs de l'exportation les plus modestes, c'est-à-dire ceux qui n'ont pas les moyens financiers de prendre des risques. Dont les femmes. Toutefois, la fermeture des frontières impacte essentiellement les hommes, ce qui interroge sur leur perspective d'horizons commerciaux et leurs futures stratégies de repli : les commerçantes pourraient-elles résister à une potentielle pression masculine sur leur pré carré, alors que les quelques vendeurs déjà installés proposent une marchandise à un prix plus compétitif ? Enfin, se dessine en filigrane une autre évolution qui pourrait également favoriser l'insertion des hommes et nuire au pré carré féminin du khat : le public des mâcheurs tend à se féminiser, or... il semblerait que ces consommatrices achètent leurs bouquets auprès des hommes... Émergence de commerçants endossant un « métier de femme ». Émergence d'un public féminin consommant un « produit d'homme »... Ces reconfigurations poseraient alors, avec acuité, la question de la spécificité féminine du vert commerce et le rôle du khat dans les rapports de genre.

**Mots-clés :** khat, Afrique, Éthiopie, globalisation, femmes, commerce, commerçantes, drogue, sexualités négociées, économie de la séduction, identités sexuelles

### **Abstract**

In Dire Dawa, Ethiopia, it is women who can be seen working the stalls of the khat markets. They separate and air out the bundles, compose the bouquets, and negotiate with consumers who are mostly men. Indeed, chewing khat to for its narcotic stimulating virtues is a largely male activity, but selling khat, on the other hand, is a female one.

By observing women khat traders while they were at work we try to better understand the specific feminine aspects of the khat business. The consumption of khat is associated with pleasure, desire, and acts as a backbone of gender norms. Because they are providing khat, women maintain a space-time of intimacy where one's always expects more from khat: evermore stimulating effects for customers, evermore profitable and sustainable margins for female salespeople (Lesourd, 2019). In addition to the technical commercial skills exerted by these female sellers, they also use relational skills (Manry, 2001). By displaying their own assets and representations of khat, women trade promises to men who are expecting, hoping, and fantasizing about a sexual encounter which will probably never come to fruition (Deschamps, 2013; Koenig, 2016; Broqua *et al.*, 2019b). Therefore, amidst this intimate deal during which the debt is never paid off, ties between the seller and the purchaser are bound and linger on. The saleswomen express it in a different way: with time they have to grow

a wealth of kindness to gradually replace their assets of beauty in order to retain their customers, despite younger rivals taking hold of the markets.

This gendered and sexual specificity provides women with a monopoly that has served as an economic and social springboard, which has ensured employment, income, financial independence, recognition and power.

However, on a global scale beyond local markets, the specificity of this business tends to wear off. In the Horn of Africa, women have nevertheless implemented their ability to circulate products by relying on various networks, such as in Djibouti, whether through marriage unions, random love affairs, through corporatist solidarity (railway workers, customs officers), or through situated identity-based collaboration. Still, it should be noted that these men who are engaged in cross-border movements, as either willing accomplices or those compelled to do so by other means, control and regulate access. They have made exchanges easier, expanded the number of customers, or, on the contrary acted as obstacles.

In addition to these power relations in handling the routes is the central Ethiopian state's ambition to transform an informal economy into a formal economy aimed at controlling a peripheral territory and its resources in a region that is not inclined to allegiance. Women, then, come up against the "privatization" or masculinization of the export sector. In this reorganization of the export sector, whether in Djibouti or Somaliland (Gebissa Ezekiel, 2004, 2010b; Anderson et al., 2007), the transnational capital of the traders, which is linked to the logic of party loyalty, to political complicity, or, conversely, to the marginalization of one clan by upper reaches of power to the benefit of another, constitutes important power relations and calls for dense and more costly strategies that have contributed to the gradual withdrawal of women traders into "their" local territory. In this case, what got the better of women traders is not so much the mechanisms used control—the sector at a national level—the limits of which can be clearly seen, particularly through the persistence of effective smuggling networks—but the logic and resistance plurality of local actors.

As far as this interplay of scales is concerned, we return to the generalisation of prohibition driven by the "War on Drugs" (Hansen, 2006; Carrier 2008b; Beckerleg *et al.*, 2009; Gebissa Ezekiel, 2012), which gradually excludes the most modest export players, i.e. those who do not have the financial means to take risks, such as women. However, while the closure of borders mainly affects men, it raises questions about the prospects of potential future trade and fallback solutions: could women traders resist potential male pressure on their market when the few already established salesmen offer goods at a more competitive price? Finally, another development is emerging that could also favour the integration of men into the market and harm the female sellers: there are increasingly more female khat chewing

consumers and it seems that these female consumers buy their bouquets from men. There is an emergence of male shopkeepers taking on a “woman’s job”, of women consuming a “man’s product”. These reconfigurations would then raise the acute question of the feminine specificity of green trade and the role khat plays in gender relations.

**Keywords:** khat, Africa, Ethiopia, globalisation, women, trade, dealer, drug, negotiated sexualities, seduction economy, sexual identity