

RESEAU FORESTERIE POUR LE DEVELOPPEMENT RURAL

LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS FORESTIERS
NON LIGNEUX VENANT DE L'HIMALAYA: LE
COMMERCE ENTRE L'EST DU NEPAL ET L'INDE

David M Edwards

Titre original en anglais: *The Marketing of Non-Timber Forest Products from the Himalayas: the trade between East Nepal and India.*

David Edwards est un Responsable Professionnel Associé qui travaille au sein du projet de Recherche sur la Foresterie Népal-Royaume Uni. Il a fait des recherches sur le commerce des produits forestiers non ligneux (PFNL) au Népal pendant ces dix-huit derniers mois. On peut le contacter à Nepal-UK FRP, PO Box 106, Katmandou, Népal.

ISSN 1351-3966

LA COMMERCIALISATION DES PRODUITS FORESTIERS NON LIGNEUX VENANT DE L'HIMALAYA: LE COMMERCE ENTRE L'EST DU NEPAL ET L'INDE

David M Edwards

INTRODUCTION

Chaque année, dans les régions de l'Himalaya, des milliers de tonnes de produits forestiers non ligneux sont ramassées sur les terres forestières et commercialisées en Inde. Au Népal, cette entreprise fournit un revenu à la population rurale depuis les temps anciens, et pourtant peu de recherches ont été faites, ne serait-ce que pour identifier ces produits. On en connaît encore beaucoup moins sur leur rôle dans la vie du village, sur les conditions de conservation, sur l'aménagement ou sur la commercialisation.

Les produits quittent le Népal presque exclusivement sous forme de matières brutes—fruits, graines, racines, écorce et herbes—pour la production de produits chimiques, d'extraits d'herbes et d'huiles essentielles. Il y a très peu de valeur ajoutée localement et il y a peu de marchés intérieurs. Les calculs officiels de la valeur du commerce ne sont pas fiables parce que les enregistrements de revenus sont considérablement sous-estimés. Cependant, une tentative d'évaluation faite par l'auteur du revenu total en espèces revenant à la population rurale du Népal atteint un chiffre de l'ordre de 10 millions de dollars (Etats-Unis) par an. Cette somme est répartie entre les ramasseurs, les porteurs et les commerçants basés dans les villages.

De toute évidence, le commerce des produits forestiers non ligneux (PFNL) est une importante source de revenus. Dans les collines moyennes, peu de choix peuvent être offerts, surtout pour les secteurs les plus pauvres de la population rurale—c'est à dire ceux qui n'ont qu'un accès limité à la terre, à la main d'oeuvre ou au crédit. Cependant, il y a peu d'exemples d'un aménagement adéquat des PFNL commercialisés et certaines espèces sont surexploitées.

Le présent document donne un arrière-plan aux PFNL commercialisés au Népal et décrit leur commercialisation aux niveaux national, régional et local, en se référant particulièrement aux collines Koshi, à l'est du Népal. Les informations sont tirées d'entretiens informels avec les commerçants, les ramasseurs et les forestiers du gouvernement au cours des douze derniers mois. La discussion et les conclusions sont concentrées sur:

- # La répartition rurale des revenus provenant des PFNL.
- # Les moyens d'améliorer les revenus des ramasseurs en réduisant leur dépendance à l'égard des intermédiaires.
- # L'ajout de valeur au niveau local.
- # Les effets de l'encouragement des cultures sur terres privées.

ARRIERE-PLAN

Le Royaume du Népal s'étend d'est en ouest sur environ 830 km, une distance qui comprend toute la longueur de la chaîne himalayenne. Du nord au sud le pays couvre une distance de juste 200 km sur laquelle on trouve toute une gamme d'altitudes variant de 50 m au-dessus du niveau

de la mer (NGN) jusqu'à bien plus de 8 000 m sur la ligne de crête septentrionale. Au sein du Népal, il existe une remarquable diversité ethnique et biologique ainsi qu'une grande richesse de connaissances détenues par les indigènes sur des plantes présentant une valeur économique (FAO, 1982).

Au Népal, tous les produits forestiers non ligneux, le bois de feu et le fourrage animal sont considérés comme des PFNL. Pour ce qui gagnent sa subsistance dans les Collines Moyennes, les PFNL jouent des rôles importants dans le domaine sanitaire (FAO, 1982; HGM/Népal, 1988) et dans la préservation de la qualité nutritionnelle entre les récoltes agricoles (Daniggelis, 1992). De plus, il existe plusieurs entreprises au niveau local qui sont basées sur les PFNL, dont les plus importantes concernant:

- # les bambous pour la fabrication des tapis et des paniers;
- # l'écorce de *Daphne* pour la production de papier **lokta**, et
- # les fibres de *Girardinia diversifolia* pour la production de tissu **allo**.

Les PFNL fournissent aussi une gamme limitée de produits bruts pour l'industrie du Népal. Les plus importantes de ces activités sont:

- # le gemmage du *Pinus roxburghii* pour la résine;
- # l'extraction de **katha**, une teinture venant du duramen de l'*Acacia catechu*, et
- # la fabrication de papier à partir de l'**herbe sabai** (*Eulalopsis binata*). Cependant, ce papier est limité au commerce peu connu des matières brutes pour lequel les seuls marchés d'importance se trouvent en Inde, au-delà de la frontière sud du Népal.

L'étude des Collines Koshi

Ce document est basé sur les résultats de la première année d'une étude de deux ans concernant le ramassage, la commercialisation et l'utilisation des produits forestiers non ligneux vendus dans les Collines Moyennes du Népal. A ce jour, l'étude s'est concentrée sur les collines Koshi, à l'est du Népal: c'est à dire précisément le commerce s'effectuant du nord au sud en passant par les villages voisins de Hile et de Basantpur qui sont situés en bout de route, en descendant le long de la route Dharan-Dankhuta vers le Téraï (la ceinture marécageuse du Népal) et en traversant la frontière indienne à Jagbeni (voir carte). La plus grande partie du commerce des collines Koshi est destinée aux industries de transformation de Calcutta.

Le bout de route Hile-Basantpur est le principal point de collecte des PFNL dans les collines Koshi. La zone de ramassage couvre les districts de Sankhuwasabha et de Terathum, les districts septentrionaux de Bhojpur et de Dhankuta, et le district occidental de Taplejung. La population de la zone de ramassage est d'environ un demi-million de personnes. Des entretiens semi-structurés (McCracken *et al*, 1988) furent tenus avec:

- # les ramasseurs de PFNL;

- # les commerçants à différents niveaux de la chaîne de commercialisation, et
- # des responsables gouvernementaux—des responsables des services forestiers de district, des gardes-forestiers et des employés situés aux points de contrôle des produits forestiers.

Des informations sur tous les aspects du ramassage, de la commercialisation et de l'imposition des PFNL au Népal furent collectées.

Produits Forestiers Non Ligneux Commercialisés à Partir du Népal

Les PFNL qui pénètrent en Inde sous forme de matière brute sont ramassés, portés, imposés et commercialisés comme un groupe de produits discret auquel il est fait référence en népalais sous le nom de *jaributi*. Une définition précise de *jaributi* est « plantes médicinales et aromatiques, et épices ». Cela équivaut également au terme employé officiellement de « produits forestiers mineurs » qui sont tous imposables s'ils sont ramassés sur des terres gérées par le gouvernement et commercialisées à partir du district d'origine. Le présent document fait référence à ces produits sous le nom de « PFNL commercialisés ».

Pour tous les PFNL commercialisés, la viabilité du ramassage semble être fonction de la distance à pied séparant le point de ramassage du marché. Au fur et à mesure que le réseau routier s'avance à travers le pays en allant vers le nord, le ramassage devient viable à partir de sources actuellement moins accessibles. Les produits de plus grande valeur peuvent être ramassés dans des endroits plus éloignés. Au Népal, l'éloignement est lié à l'altitude. La majorité des produits peut être répartie en deux groupes opposés: les produits de valeur élevée provenant d'altitudes élevées, et les produits de valeur basse provenant de basses altitudes (inférieures à 2 000 m).

Un exemple appartenant au groupe des produits de valeur élevée est connu en népalais sous le nom de **kukti**—les racines du *Picrorhiza kurroa*—commercialisé pour ses propriétés médicinales à travers l'est du Népal et jusqu'au Tibet. D'autres produits incluent:

- # Les plantes entières de *Swertia chirata* (**chiraita**) sont ramassées pour un principe amer utilisé contre la fièvre et sont utilisées depuis longtemps en médecine traditionnelle indienne **ayurvedic**. Il s'agit d'une plante bisannuelle que l'on trouve à altitude moyenne (entre 1 200 et 3 000 m NGN) sur terrain ouvert et dans des forêts récemment utilisées pour l'agriculture itinérante sur brûlis. Au cours de ces dernières années, un marché en expansion s'est développé dans l'industrie indienne de l'alcool. La plus grande partie des chiraitas du commerce indien sont ramassées à l'est du Népal. L'Inde exporte aussi l'extrait appelé **chiretta** en Europe et en Asie (CSIR, 1985).
- # Les rhizomes de *Nardostachys jatamansi* (**jatamansi**), une herbe érigée vivace venant des Himalayas alpines (entre 3 000 et 5 000 m NGN), sont désormais interdits à l'exportation à moins qu'ils ne soient transformés au Népal. Cependant, un important commerce illégal se poursuit vers l'Inde pour l'extraction d'une huile essentielle jaune pâle qui a une grande valeur comme produit pharmaceutique et comme ingrédient dans la fabrication des parfums.

Les principaux produits de grande valeur sont les herbes ramassées sur de vastes terres appartenant au gouvernement et utilisées comme pâturages communaux pendant les mois d'été.

Dans les collines Koshi, le ramassage des herbes est souvent une activité fortuite pour ceux qui pratiquent l'agro-pastoralisme en plus de leur travail principal qui est de surveiller les troupeaux. Dans d'autres régions, les raids de ramassage sont des activités discrètes qui peuvent durer des jours ou des semaines, par exemple, le ramassage des herbes dans la région de l'Annapurna, au centre du Népal, assure un revenu aux Tamangs migrants. En général, il n'y a pas d'aménagement: les plantes sont déracinées et leur accès est permis à tous.

Les lieux de marché pour les produits de haute valeur sont souvent les villages les plus proches du bout de la route. Selon les commerçants de Hile et de Basantpur, les produits les plus importants quittant les collines Koshi sont la chiraita et la grande cardamome (*Amomum subulatum*, voir Tableau 1). La cardamome est une plante agroforestière et ne constitue pas une priorité pour l'étude. Cependant, elle est commercialisée en même temps que les PFNL à travers l'est du Népal et partage des contraintes de transformation et de commercialisation auxquelles doivent faire face les vrais PFNL. Mis à part la cardamome, la chiraita représente environ 75% de la valeur totale en espèces et 60% du volume total du marché qui se fait à partir des collines Koshi.

Par opposition, les produits de faible valeur sont commercialisés en plus grandes quantités à partir d'altitudes plus basses. A travers les contreforts sud de l'Himalaya, des quantités considérables des produits suivants sont commercialisées chaque année:

- # Le *Cinnamomum tamala*, qui est un arbre à feuilles persistantes, se trouve entre 1 000 et 2 500 m NGN. Les feuilles (**tejpat**) sont beaucoup utilisées dans le nord de l'Inde comme épice. L'écorce (**dalchini**) est aromatique et est commercialisée comme un adultérant de la vraie cannelle (*Cinnamomum zeylanicum*).

Tableau 1: PFNL DE HAUTE VALEUR—LE MARCHÉ PASSANT PAR HILE ET BASANTPUR (1991-1992)

	Tonnes/ an	Prix RN/kg *	Total RN/an
1 <i>Swertia chirata</i> (chiraita)	140	100	14 000 000
2 <i>Picrorhiza kurroa</i> (kutki)	24	65	1 560 000
3 <i>Nardostachys jatamansi</i> (jatamansi)	30	50	1 500 000
4 <i>Aconitum spicatum</i> (bikh)	10	55	550 000
5 Tous autres PFNL **	20	-	570 000
6 [<i>Amomum subulatum</i>] (Cardamome)	[200]	[105]	[21 000 000]
Total (non compris la cardamome) RN			18 180 000
\$ US ***			363 600

* Roupies népalaises/kilogramme

** Ces produits étaient: *le Zanthoxylum armatum, le Piper longum, la P. chaba, la Rubia cordifolia, l'Aconitum spicatum, l'A. palmatum, le Cinnamomum tamala, le Lycopodium clavatum* et de la *Swertia chirata* âgée d'un an représentant 14 tonnes de feuilles de faible valeur.

*** En supposant un taux de change de 1\$ US = 50 RN.

(Source: données collectées sur place par l'auteur)

- # Le *Sapindus mukorossi* est l'une des deux sources de pommes de savon (**rittha**), bien connues en Inde pour leurs qualités détergentes. On trouve l'arbre au Népal jusqu'à une altitude de 1 500 m NGN. En plus du marché intérieur de l'Inde, la pomme de savon est exportée à partir de l'Inde depuis les temps anciens vers divers pays d'Europe et d'Asie (CSIR, 1985). Une grande partie du marché actuel trouve son origine au Népal.

- # L'écorce, les fruits et les graines de *Zanthoxylum armatum* (**tímur**), un petit arbre que l'on trouve entre 1 000 et 2 100 m NGN, sont utilisés d'une façon considérable en médecine **ayurvedic**. A cause de leurs propriétés déodorantes, désinfectantes et antiseptiques, les graines sont souvent utilisées pour les préparations dentaires (CSIR, 1985). L'huile essentielle possède un bon potentiel de commercialisation en Europe (Durbeck et Wildner, 1993b).

Le groupe de produits de faible valeur est caractérisé par des produits issus d'arbres poussant naturellement dans la forêt mais qui sont aussi cultivés sur des terres privées. La culture est peut-être une réponse à la surexploitation d'une forêt non gérée (Carter et Gilmour, 1989). Ces espèces sont trouvées à proximité du réseau routier, ce qui rend leur ramassage viable malgré le peu de valeur des produits. Les volumes de produits présentés dans le Tableau 2 sont caractéristiques du commerce qui se fait par les petites villes du Térai, comme Lahan (voir carte).

Occupation des Terres et Aménagement

De par la loi, toutes les forêts situées dans le royaume du Népal, sauf celles qui sont localisées sur des terres privées, sont des forêts nationales, propriété du gouvernement de Sa Majesté (HMG/Népal). La forêt nationale inclut des terres en friches, des terres non cultivées ou non enregistrées entourées ou voisines de forêts. Cela concerne l'aménagement des PFNL parce qu'ils sont souvent récoltés sur des zones dont la couverture en arbres est éparse. Légalement, il existe trois formes d'occupation des terres sur lesquelles les produits peuvent être récoltés. Il s'agit:

- # des forêts gérées par le gouvernement;

- # des forêts communales, et

- # des terres privées.

La propriété des produits forestiers des forêts gérées par le gouvernement est dévolue au gouvernement. Tous les PFNL ramassés dans une forêt gérée par le gouvernement et commercialisés à partir du district d'origine sont soumis au paiement de droits. En pratique, l'impôt est la seule politique gouvernementale qui affecte la gestion des PFNL, mais le mécanisme actuel des droits n'encourage pas la récolte des PFNL. Les bureaux forestiers de

Tableau 2: PFNL À FAIBLE VALEUR—LE COMMERCE PASSANT PAR LAHAN (1991-1992)

		Tonnes/ an	Prix RN/kg	Total RN/an
1	<i>Cinnamomum tamala</i> écorce (dalchini)	100	28	2 800 000
2	<i>Cinnamomum tamala</i> feuilles (tejpat)	400	6	2 400 000
3	<i>Sapindus mukorossi</i> (rittha)	100	8	800 000
4	<i>Asparagus racemosus</i> (satawari)	45	40	1 800 000
5	(sikakaï)	50	10	500 000
Total				RN 8 300 000 \$ US 166 000

(Source: données collectées sur place par l'auteur)

district ne disposent pas des ressources nécessaires pour résoudre les problèmes suivants:

- # Le taux des droits applicables aux produits n'a que peu de rapport avec leur abondance et leur valeur sur le marché.
- # Les droits devraient être payés par les ramasseurs individuels. Cependant, cela n'est pas exécutoire. En pratique, la responsabilité du paiement est transférée aux grossistes dans les centres de districts, loin des sites de ramassage d'origine. En conséquence, il y a peu d'espoir de mettre en relation les volumes ramassés avec des droits de récolte renouvelables.
- # On ne peut pas distinguer les produits ramassés sur les forêts gérées par le gouvernement des produits ramassés dans d'autres forêts. En pratique, tous les PFNL commercialisés sont imposés quelle que soit leur propriété. L'imposition de la propriété privée est une source de conflit habituelle entre les ramasseurs et les responsables forestiers. Actuellement, le système de droits n'offre pas d'incitation préférentielle à la culture sur terre privée, ni à l'aménagement des propriétés communes.

En général, pour les forêts gérées par le gouvernement, il n'y a pas de ressources disponibles pour une gestion efficace et pourtant il y a peu d'incitation pour les communautés à atteindre le renouvellement des PFNL à partir de terres sur lesquelles elles n'exercent aucun contrôle. Reconnaissant cela, la politique gouvernementale actuelle en ce qui concerne les forêts insiste beaucoup sur un aménagement commune des forêts, une forme de gestion de propriété commune (HMG/Népal, 1988). La gestion de la forêt nationale est confiée systématiquement aux communautés d'utilisateurs identifiées. Les groupes d'utilisateurs de la forêt ainsi formés répartissent les dépenses et les recettes de la gestion entre eux. Ils ont le droit de vendre ou de distribuer les produits forestiers en fixant leurs prix d'une manière indépendante selon un plan opérationnel (HMG/Népal, 1993).

A ce jour, peu d'exemples d'aménagement de PFNL en propriété commune ont été découverts, que cet aménagement soit assurée par des initiatives locales, ou par des groupes d'utilisateurs de la forêt parrainés par le gouvernement. Cependant, il y a des signes provenant du Projet Communautaire Forestier des Collines de Koshi montrant qu'un plus grand contrôle de la récolte de *Daphne* et du gemmage pour la résine de pin pourrait se développer dans certaines forêts communautaires au fur et à mesure que les groupes d'utilisateurs parrainés s'établissent de façon plus solide.

En conclusion, mis à part les espèces cultivées sur des terres privées à basse altitude, il y a peu d'exemples d'aménagement de PFNL commercialisés.

Exigences Liées à la Transformation et à la Qualité

Comme le Népal est un territoire bloqué entre l'Himalaya et le nord de l'Inde, la commercialisation des PFNL est traditionnellement sous le contrôle des grossistes indiens qui travaillent à grande échelle. La vaste majorité des PFNL quittant le Népal est commercialisée sous forme de produit brut vers l'Inde. Les marchés intérieurs et les installations de transformation ne sont pas importants. Même les opérations primaires de tri et de nettoyage sont centralisées dans les

grandes villes indiennes.

La commercialisation de la cardamome venant de l'est du Népal donne une indication du contrôle effectué par l'Inde.

La cardamome est aussi produite au Bhoutan et dans l'état indien voisin de Sikkim. Cependant, la vaste majorité de ces trois sources passe à travers l'Inde (Patna et Calcutta) pour être triée, emballée et, à partir de là, pour être vendue. En fournissant en masse de la cardamome triée, l'Inde peut offrir de meilleurs prix aux acheteurs étrangers. Malgré l'augmentation régulière des exportations de cardamome à partir du Népal au cours des 15 dernières années, la proportion vendue à l'étranger (pays autres que l'Inde) a diminué. En 1991-1992, toute la cardamome d'origine népalaise fut vendue à l'Inde (HMG/Népal, 1992).

En général, les villageois reçoivent un message selon lequel il n'y a aucune exigence liée à la transformation ou à la qualité des produits; l'Inde achètera les quantités maximum de toutes sortes et paiera selon le poids, quelle que soit la qualité. En conséquence, presque aucune opération de transformation ou tri n'est effectuée dans les villages. Le **panchaunle** (*Orchis latifolia*) est l'un des quelques produits pour lesquels la transformation au village a été demandée par le marché: les racines sont séchées au soleil après avoir été bouillies dans du lait de buffle.

Il n'existe que quelques exemples de commerçants qui font une distinction entre les degrés de qualité et qui établissent leurs prix en conséquence. Cela inclut le *sapindus mukorossi*. Les fruits se détériorent sur une période de six mois, changeant de couleur et perdant de la valeur. Les commerçants de l'ouest du Népal sont prêts à prendre les fruits un par un à partir d'un tas mélangé et à les estimer à des prix différents. On ne sait pas bien pourquoi cela ne se passe pas à travers le pays, ou dans les villages d'origine. Les différences de prix étaient de 11,5 pour les fruits jaunes, 10,5 pour les fruits rouges et 5,0 pour les fruits noirs (en roupies népalaises par kilogramme au début de 1993). Un autre exemple est le *Zanthoxylum armatum*. D'importants grossistes de l'ouest du Népal distinguent l'origine des graines sur la base de la teneur en huile et les évaluent en conséquence. Les différents degrés de qualité sont le résultat des méthodes de séchage employées dans chaque village.

Canaux de Commercialisation au Népal

A travers la région de l'Himalaya, le commerce des PFNL comprend le passage des matières brutes venant des hautes altitudes du nord vers les plaines indiennes au sud. Après la récolte, les PFNL sont portés vers des points de collecte où ils passent par toute une série d'intermédiaires qui traitent progressivement des volumes de commerce plus importants. Souvent, les produits suivent des routes commerciales établies depuis longtemps entre le Tibet et l'Inde. D'importants points de collecte sont localisés en bout de route, c'est à dire aux points situés le plus au nord du réseau routier. A partir de là, les produits sont transportés par camion vers l'Inde, en passant par une série de villes commerçantes situées à des intervalles réguliers le long—ou près—de la route principale est-ouest dans les marécages méridionaux du Népal (le Térai).

Les grossistes de PFNL les plus importants résident dans ces villes et gèrent leurs opérations de collecte sur de grandes zones de ramassage qui sont canalisées vers le nord à partir des villages de bout de route, souvent jusqu'au-delà de la frontière tibétaine. Les grossistes basés dans le Térai représentent le groupe d'intermédiaires le plus petit et le plus puissant. Ce sont souvent des

Marawaris, un groupe culturel en relation étroite avec l'Inde. Ils ont chacun leurs acheteurs préférés en Inde avec qui ils sont en contact téléphonique régulier pour connaître les dernières informations sur le marché. A travers le Népal, l'accès à la connaissance des marchés indiens est soigneusement contrôlée par ces individus.

Depuis le portage jusqu'à la vente, le commerce des PFNL est contrôlé par des hommes. Au cours de la prochaine phase de travaux sur place, la recherche sera axée sur la division du travail dans le ramassage des PFNL et sur la répartition des revenus au sein des ménages et entre les ménages.

LA COMMERCIALISATION DANS LES COLLINES KOSHI

L'histoire du Commerce dans les Collines Koshi

Pendant des siècles, le commerce trans-himalayen passant à travers les collines Koshi fut concentré sur le village de Walongchung, sur le cours supérieur de la rivière Tamur. Sa proximité avec le défilé relativement accessible de Tipta a permis à Walongchung d'agir comme un entrepôt pour le commerce entre le Tibet et l'est du Népal. Le sel et la laine, apportés du Tibet par caravanes de yaks étaient transférés sur le dos de porteurs pour le voyage aller. Les produits venant du sud incluaient le grain, les textiles et le sucre.

Selon l'anthropologue Fürer-Haimendorf, de nombreux hommes de Walongchung étaient des commerçants à longue distance, prospères, avec des relations d'affaires solides tout au long de la route passant par Dhankuta, Dharan et Biratnagar, et parfois jusqu'à Calcutta, Delhi et Bombay. Cependant, depuis les années 50, la fortune de Walongchung s'est effondrée, en partie à cause d'événements politiques qui ont restreint le commerce avec le Tibet, mais aussi à cause d'un glissement de terrain qui a détruit de nombreuses demeures.

Dès 1972, les familles de Walongchung avaient formé une nouvelle colonie sur un plateau situé au nord de Dhankuta, appelé Hile, et elles continuèrent à vivre entièrement du commerce. Elles ne font plus le commerce du grain et du sel, mais elles se concentrent surtout sur le commerce du tissu et d'autres biens de consommation. Actuellement, deux des produits les plus importants qui font l'objet d'un négoce au sud par Hile sont la chiraita et la cardamome. Fürer-Haimendorf a écrit (1975):

"Les fondations de Hile en tant que centre de commerce aux caractéristiques originales ... démontrent la résistance et l'ingéniosité d'une communauté commerçante habituée depuis longtemps à s'adapter aux fluctuations du marché aussi bien qu'aux glissements de l'équilibre politique."

A cette époque, le réseau routier s'étendait aussi loin que Dharan. Au début des années 80, il fut étendu à Hile, qui, avec son importance nouvellement établie dans le commerce de la région, se développa comme principal point de collecte des PFNL dans les collines Koshi. Actuellement, la route s'étend à une heure de voiture du village frontière de Basantpur. Basantpur traite désormais un plus grand volume de commerce de PFNL, mais Hile a conservé une certaine importance car il est plus accessible aux porteurs venant de l'ouest. En conséquence, ce document fait référence au « bout de route Hile-Basantpur » comme centre de commercialisation des PFNL

pour des collines Koshi.

Le Bout de Route Hile-Basantpur

Entre les ramasseurs et les acheteurs en Inde, une grande quantité de PFNL passant par le bout de route Hile-Basantpur n'est pas susceptible de passer par les mains de plus de trois intermédiaires. On désigne ici par intermédiaires les grossistes du Téraï, les commerçants de bout de route et les commerçants de village. A Dharan et à Biratnagar, il semble qu'il y ait approximativement trois familles de grossistes du Téraï en concurrence pour le commerce de Hile-Basantpur. Leurs affaires s'étendent à d'autres bouts de route: Chatra à l'ouest et Ilam à l'est.

Les grossistes du Téraï tendent à coopérer, par exemple, en se répartissant les produits entre eux afin de permettre de satisfaire les commandes de leurs acheteurs indiens respectifs. A chaque bout de route, ils travailleront étroitement avec un ou plusieurs représentants à la commission à qui ils avanceront un capital d'exploitation (pour un représentant de Hile, l'avance annuelle était d'environ 250 000 RN). Quelques commerçants de bout de route semblent avoir plus d'indépendance, mais ils ont encore tendance à former des liens commerciaux spécifiques avec des personnes de confiance du Téraï.

En conséquence, la réelle source de concurrence se trouve entre les commerçants du bout de la route (à la fois des représentants et des intermédiaires indépendants). A Hile et à Basantpur, on estime qu'il y a vingt entreprises en concurrence. Comme indication de cette concurrence, on peut trouver des commerçants à plusieurs heures de marche sur le sentier, attendant d'intercepter des ramasseurs indépendants avec leurs charges de produits. De même, dans les villes frontières comme Basantpur, les magasins de PFNL sont souvent les bâtiments situés le plus au nord pour augmenter les opportunités commerciales.

Le système de représentants et de contacts est répété pour les commerçants de tête de route à Hile et à Basantpur, qui auront d'étroits arrangements d'affaires avec jusqu'à 15 commerçants de village vivant à travers la zone d'attraction commerciale. On estime qu'il y a à peu près 100 commerçants de village—soit travaillant de façon indépendante, soit en qualité de représentants. Tous exigent de bonnes informations sur le marché et un capital d'exploitation.

La concurrence élevée à Basantpur et à Hile est une indication du fait qu'une partie importante du commerce n'est pas liée à certains commerçants du bout de la route par des transactions préalables, par exemple, par l'intermédiaire d'avances en espèces accordées aux commerçants de village. Quelques ramasseurs disposent d'une indépendance économique qui les permet de vendre directement leurs produits. Bien qu'ils aient la liberté de chercher des occasions, ils auront souvent leurs acheteurs de confiance, appartenant peut-être au même groupe ethnique.

Différences entre les Villages de Bout de Route

Il semble qu'il y ait d'importantes variations régionales dans le processus de commercialisation, à la fois en termes de nombre d'intermédiaires dans la structure commerciale verticale et dans les rôles commerciaux qu'ils assument. A différents bouts de route, il y a des variations dans la concurrence, dans la spécialisation et dans l'information sur le marché. Ici, Basantpur est comparé à:

- # Beltar (District d'Udaypur), un village de bout de route accessible par char à boeufs dans le Térai intérieur, à 40 km droit à l'ouest de Dharan (voir carte), et à
- # Palung (District de Makwanpur), un village situé à 25 km à l'ouest de Katmandou, sur une route menant vers l'Inde qui n'est pas souvent fréquentée.

Comme à Basantpur, il y a une forte concurrence entre les commerçants à Beltar. Cependant, Beltar traite des produits de faible valeur (semblables à ceux passant par Lahan—voir Tableau 2) pour lesquels la collecte n'est profitable qu'à partir des sources locales. De nombreux ramasseurs arrivent à Beltar par le nord le jour du marché hebdomadaire et fournissent leurs produits directement aux commerçants. Peut-être que comme chaque transaction est à une petite échelle, un échange direct est souvent approprié. Les PFNL seront échangés contre du riz, du sel et d'autres marchandises, sur la base de leur valeur en espèces, pour le voyage de retour du ramasseur. En distribuant des PFNL, les commerçants augmentent leurs chances de faire des affaires d'une manière générale. En conséquence, le commerce des PFNL semble être étroitement lié à l'économie de rapport de Beltar.

La plus grande partie du commerce de PFNL de Beltar est traitée par quatre frères agissant collectivement et qui sont basés stratégiquement à l'extrémité nord de la ville. Cependant, il semble que les commerçants soient suffisamment nombreux pour garder les prix de Beltar compétitifs.

Au contraire, les commerçants de PFNL de Basantpur sont des spécialistes. En fait, une majorité écrasante de leur commerce ne comporte juste que deux produits: la chiraita et la cardamome. Bien que la cardamome soit une culture agroforestière, elle est commercialisée en Inde au même titre que la chiraita et d'autres PFNL. Ces produits sont les seules exportations importantes faites à partir des terres forestières dans les collines Koshi.

Il est possible que le commerce des PFNL de Basantpur se soit spécialisé parce que les principaux produits sont des herbes de grande valeur venant de localisations éloignées (voir Tableau 1). Leur ramassage et leur commercialisation vers les bouts de route exigent d'importantes contributions en temps et en travail, mais sont récompensés par de substantiels bénéfices en espèces. Par exemple, un ramasseur vendant sa propre charge de 70 kg de chiraita à Basantpur peut recevoir 7 000 RN pour une tournée de, disons, dix jours. Avec des transactions d'une valeur si élevée, il lui est plus approprié de traiter avec des grossistes spécialisés. Des échanges directs entre les boutiquiers et les ramasseurs de petits volumes semblent être peu fréquents.

Le village de Palung est un point de collecte pour les PFNL ramassés dans les montagnes environnantes de Mahabharat. Il semble qu'il n'y ait qu'un seul distributeur de PFNL résident. Il a des acheteurs à Katmandou et dans le Térai. Bien qu'il ne manipule que de petits volumes, Palung est semblable à Beltar en termes de coûts de transport, tout simplement parce que les deux villages sont situés sur le réseau routier. Pour les trois produits commercialisés par l'intermédiaire de ces deux villages (*Swertia chirata*, *Asparagus racemosus* et *Rubia cordifolia*), les prix des collecteurs à Palung se situaient entre 50 et 85% de ceux établis trois jours auparavant à Beltar. La meilleure explication est l'absence de concurrence à Palung et, peut-être, de mauvaises informations sur le marché répandues parmi la population de ramasseurs.

DEGRE DE COMMERCIALISATION AU NIVEAU LOCAL

Le Réseau des Commerçants de Village

A travers les collines Koshi, il existe un réseau de commerçants de village. Le réseau décentralise la tâche consistant à vendre les produits en bout de route, la rendant plus efficace. Les commerçants de village possèdent une connaissance précieuse des sources locales. Ils ont souvent d'étroites relations avec les ramasseurs et peuvent assurer des fonctions de vente qui améliorent la viabilité du ramassage et, en conséquence, augmentent le volume du commerce.

Un commerçant en bout de route peut accroître son influence sur un réseau commercial villageois et, de là, peut augmenter la quantité de produits qui lui est vendue, en distribuant des avances qui, à leur tour, sont données aux ramasseurs. En théorie, les commerçants de bout de route peuvent utiliser le réseau pour passer aux ramasseurs des informations sur le marché. Cependant, cela est rarement nécessaire parce que les marchés en Inde ont si peu d'exigences de qualité ou de transformation. Quelques commerçants de village sont indépendants et peuvent choisir à qui ils vendent en bout de route. Cela est indiqué par la forte concurrence à Basantpur. Beaucoup ont au moins une part de leurs affaires assujettie à des avances faites à certains commerçants en bout de route.

Les Relations entre les Commerçants de Village et les Ramasseurs

Les relations entre les commerçants de village et les ramasseurs peuvent être très étroites. Les cultures bouddhistes à travers le nord du Népal sont caractérisées par des communautés très étroitement liées avec des formes de coopération réciproques à long terme. Selon l'anthropologue Humphrey (1992), la majorité du commerce des collines Koshi se fait entre des amis rituels appelés **mit** en népalais. Un **mit** doit non seulement aider son partenaire, mais aussi le groupe entier de ses parents; doit observer l'évitement rituel de l'épouse ou de l'époux et entreprendre les rites funéraires quand le **mit** meurt. Il s'agit d'un engagement sérieux à vie. Une confiance mutuelle est l'essence des relations puisque l'exécution d'une transaction est souvent retardée par le rythme des cultures agricoles et peut être inter-coordonnée avec d'autres sortes d'aide (Humphrey, 1992).

Dans les collines Koshi, il fut trouvé des relations **mit** entre des vendeurs de PFNL dans les villages et des membres masculins de ménages prospères dans les villages des ramasseurs situés au sein de la zone d'attraction des commerçants (observation personnelle). Il y a lieu de remarquer que des tentatives faites par les commerçants pour établir des relations **mit** d'exploitation ont été rapportées depuis la région de Gongtala (Daniggelis, communication personnelle). Cependant, l'avance de capital au niveau du village a de toute évidence une signification qui va bien au-delà de son rôle immédiat dans le cadre d'une transaction d'affaires.

La Commercialisation de la Chiraita au Niveau Local

Pour comprendre la commercialisation des PFNL au niveau local, ce document exposera l'activité des ramasseurs de chiraita dans le village sherpa de Gongtala, District de Sankhuwasabha.

Gongtala est situé à 2 250 m NGN, à quatre jours de marche de Hile, et comprend 14 ménages (voir carte). Le total du ramassage de la chiraita en 1992 fut environ de 200 kg.

La commercialisation de la chiraita à Gongtala est traitée par un commerçant (du groupe ethnique Rai) qui vit à deux jours de là, à Bala. Gongtala est situé près de la limite de sa zone de ramassage. Cette zone est partagée avec d'autres commerçants, créant ainsi quelque concurrence dans les affaires. Le commerçant de Bala se rend à Gongtala avant la collecte et négocie l'avance d'un capital à ceux qui en ont besoin, sur la base d'un prix local convenu pour une récolte minimum.

En général, une négociation commerciale n'est pas une confrontation, mais plutôt une présentation de requête de la part du visiteur. En dernier ressort, les marchandises sont vendues selon l'idée que le village de l'hôte a de ce qui est juste (Humphrey, 1992). Le rythme des avances est bien adapté aux besoins des villageois. Le crédit est souvent accordé pendant les périodes de déficit alimentaire, avant la mousson, en avril et en mai, ou encore pour permettre des achats avant **Dasain** et **Tihar**, en octobre, qui sont les fêtes les plus importantes du calendrier népalais.

En août et en septembre 1992, la chiraita fut ramassée et conservée dans les plus grandes maisons de Gongtala. Sur un total de 200 kg, on estime que 30 kg furent ramassés par chacun des cinq ménages « actifs », et 10 kg par cinq autres ménages « occasionnels ». Après Tihar, en novembre, le commerçant est revenu et a réglé les comptes. Il a amené ses propres porteurs et a organisé tout le transport jusqu'à Hile—le bottelage, la pesée, le portage et l'entreposage temporaire à Bala. De toute évidence, les ramasseurs paient pour ce service. Au début de novembre 1992, le prix de la chiraita était de 48 RN/kg à Gongtala (à quatre jours de Hile) et de 60 RN à Kanigaun (à trois jours de Hile). A Hile, ce prix était de 80 RN. Si la récolte de chiraita de Gongtala avait été emportée immédiatement à Hile pour être vendue (en passant par Bala), sa valeur totale aurait été de 16 000 RN.

La répartition des bénéfices aurait été grossièrement la suivante:

1 440 RN	à chacun des 5 ménages de ramasseurs actifs;
480 RN	à chacun des 5 ménages de ramasseurs occasionnels;
750 RN	à chacun des ménages de porteurs;
3 400 RN	au ménage du commerçant de village.

Dans ce scénario, pour la production de Gongtala, le commerçant de village reçoit un peu plus que deux fois le revenu d'un ménage de ramasseurs actifs. Cependant, le commerçant traitera peut-être avec quatre autres villages. Aussi, au cours des trois mois suivants, le prix de la chiraita a augmenté régulièrement de 30% jusqu'à un maximum de 112,5 RN/kg. En conséquence, si le commerçant de village a spéculé d'une manière parfaite et a conservé son stock à Bala jusqu'en février, il aura pu tripler son revenu net pour atteindre 9 900 RN sur la seule production de

Gongtala (en supposant que le prix des porteurs et autres hypothèses soient toujours valables).

Il est évident que les informations sur le marché et la spéculation peuvent aider les vendeurs de chiraita installés dans les villages à commercialiser leurs produits d'une manière efficace. En pratique, cependant, l'opportunité des ventes peut aussi être influencée par:

- # la disponibilité de la main d'oeuvre (par exemple, pendant la récolte de millet au mois de novembre);
- # les taux d'intérêt sur les prêts, et
- # les risques de perte associés au stockage.

Les Choix des Ramasseurs

Un ramasseur de chiraita à Gongtala, qui ne dépend pas des services de commercialisation assurés par le commerçant de village, a le choix de vendre sa récolte directement en bout de route et d'augmenter son revenu d'au moins 65% (voir Tableau 3).

Les conditions minimum pour la vente directe par les ramasseurs sont: a) l'indépendance financière, et b) la main d'oeuvre. La simple capacité de faire du commerce dépend du fait qu'il y ait suffisamment de travailleurs dans le ménage pour s'occuper de la ferme pendant les déplacements commerciaux (Humphrey, 1992). Pour réaliser la totalité du revenu potentiel, le même ramasseur devrait aussi calculer le moment de sa vente avec précision, ce qui exige: a) des informations sur le marché, et b) la capacité de prendre des risques liés au stockage et aux changements de prix.

Si les ramasseurs de Gongtala ne dépendaient pas des commerçants de village, ils auraient deux choix:

- # le lieu de la vente, et
- # le moment de la vente. Les coûts et bénéfices associés aux choix sont esquissés ci-dessous.

Tableau 3: LES CHOIX DES RAMASSEURS À GONGTALA

	VENDRE AU COMMERCANT LOCAL	VENDRE AU COMMERCANT EN BOUT DE ROUTE
VENDRE MAINTENANT (NOVEMBRE 1992)	<p>REVENU BAS (3 360 RN)*</p> <p>Pas de coût de main d'oeuvre Crédit disponible Risque faible Pas besoin d'informations sur le marché Pas besoin de stockage</p>	<p>BON REVENU (5 600 RN)</p> <p>COUTS DE MAIN D'OEUVRE ELEVES PAS DE CREDIT DISPONIBLE Risque faible Pas besoin d'informations sur le marché Pas besoin de stockage</p>
VENDRE PLUS TARD (FEVRIER 1993)	<p>PEU SUSCEPTIBLE DE SE PRODUIRE</p>	<p>TRES BON REVENU (7 875 RN)</p> <p>COUTS DE MAIN D'OEUVRE ELEVES PAS DE CREDIT OFFERT RISQUES ELEVES BONNE INFORMATION SUR LE MARCHE STOCKAGE NECESSAIRE</p>

* Revenu obtenu à partir d'une seule charge de chiraita de 70 kg.

DISCUSSIONS ET CONCLUSIONS

Bénéfices de le Vente de Chiraita pour les Collines Koshi

Un total estimatif de 140 tonnes de chiraita sont passées par le bout de route Hile-Basantpur au cours de la saison du commerce 1992-1993. Avec un prix moyen de 100 RN/kg, le chiffre d'affaires total fut de 14 millions de RN (voir Tableau 1). Avec une population de 85 000 ménages dans la zone d'attraction considérée, la récolte annuelle de chiraita assure une moyenne de 165 NR/ménage, soit 5% du revenu brut moyen de 3 000 RN/ménage (KMTNC, 1991).

Cependant, le revenu total est distribué d'une façon irrégulière entre les quatre groupes de bénéficiaires:

- # les ramasseurs dépendant des commerçants de village pour traiter avec les villages de bout de route;
- # les ramasseurs indépendants qui vendent la chiraita eux-mêmes;
- # les porteurs, et
- # les commerçants de village.

Sur la base des procédures de commercialisation observées à Gongtala, et sur plusieurs hypothèses provisoires¹, la répartition annuelle du revenu pour la chiraita vendue par les commerçants de village peut être estimée de la façon suivante:

1 200 RN	pour chacun des 5 300 ménages de ramasseurs;
1 200 RN	pour chacun des 1 000 ménages de porteurs;
30 000 RN	pour chacun des 100 ménages de commerçants de village.
De plus, pour la chiraita vendue directement par des ramasseurs indépendants, l'estimation est la suivante:	
7 000 RN	pour chacun des 500 ménages de ramasseurs.

¹ Les principales hypothèses sont que: a) 75% du commerce (en poids) fut traité par les commerçants de village et 25% par des ramasseurs indépendants; b) une source typique de chiraita est Kanigaum, situé à trois jours de marche du bout de la route; c) les commerçants de village ont stocké leurs produits dans des villages situés à deux jours de marche à la fois du village du commerçant et du bout de la route, et qu'ils ont vendu quand le prix était de 100 RN/kg; d) chaque porteur portait un maximum de 50 kg, avait un salaire fixe de 75 RN par jour et faisait deux fois le circuit; e) les ramasseurs indépendants portaient 70 kg; et f) il y avait 100 commerçants de village. NB: la commercialisation des PFNL au Népal est presque exclusivement une activité masculine: la distribution du revenu au sein des ménages n'est pas connue.

Amélioration du Revenu des Ramasseurs

Le revenu des ramasseurs serait amélioré en augmentant la proportion de commerce traitée directement par les ramasseurs avec les villages de bout de route, c'est à dire en contournant une étape dans la chaîne de vente. Probablement beaucoup moins de 50% des PFNL apportés à Hile-Basantpur au bout de la route le sont par des ramasseurs. La conséquence serait une distribution plus vaste des revenus s'accumulant actuellement pour un chiffre estimatif de 100 commerçants de village. Pour la chiraita seule, cela s'élève à un montant estimé de 3 000 000 RN/an.

Cependant, comme cela est discuté plus haut, les commerçants de village jouent un rôle dans la commercialisation qui est essentiel pour les ramasseurs. Pour augmenter la proportion de commerce traitée directement, les besoins des ramasseurs en matière de commercialisation doivent être satisfaits ailleurs. Cela pourrait se faire par la formation de coopératives de commercialisation. En agissant collectivement, les coopératives pourraient:

- # partager les coûts et les bénéfices de la vente directe aux villages de bout de route;
- # accroître l'accès au crédit directement auprès des distributeurs situés en bout de route ou d'autres sources;
- # développer un réseau pour recevoir régulièrement des informations sur le marché (Hammett, 1992a);
- # constituer une organisation appropriée pour la gestion des biens communs, et
- # entreprendre une transformation de base ou un contrôle de la qualité sur une échelle suffisante pour l'établissement de prix différentiels selon les catégories.

S'il est évident que des coopératives seraient avantageuses, pourquoi ne sont-elles pas déjà développées, surtout à l'est du Népal où le commerce est si bien établi? Est-ce que les frais de la commercialisation justifie les revenus des commerçants de village? Peut-être que les relations étroites actuelles entre certains commerçants et les communautés de ramasseurs sont déjà considérées comme équitables.

Une autre option est le développement d'un réseau d'informations sur le marché au niveau local, qui améliore la collecte et la divulgation des informations sur la demande et les prix du marché. Cela a été essayé avec succès, par exemple, pour la commercialisation des produits forestiers sociaux aux Philippines (Hammett, 1992b). Cependant, l'expérience acquise à l'est du Népal soulève les points suivants.

Un réseau informel existe déjà dans les collines Koshi, attribuable au passage continu des porteurs et des fermiers allant vers les bouts de route, les marchés et les villages, et en revenant. Aussi, les informations les plus importantes sur le marché concernent les fluctuations saisonnières des prix. Si ceux-ci sont à la fois élevés et prévisibles, il vaut alors la peine pour les villageois d'obtenir régulièrement des informations sur les prix. La majorité des PFNL sont vendus en bout de route pendant la saison du commerce qui dure d'octobre à avril. Tout au long de la saison de commerce précédente, il y a eu une augmentation générale des prix. Sur trois mois, à partir de novembre 1992, le produit présentant le plus grand changement fut le **rittha** qui a augmenté de

65%. Pour les principaux produits de base quittant les collines Koshi—la chiraita et la cardamome—l'augmentation fut de 30%. Pour la chiraita, le rythme de changement fut régulier; pour la cardamome, il fut fortuit.

Quand on le compare au taux d'intérêt sur les prêts et au risque de perte au cours du stockage, un changement de prix de 30% n'est pas très significatif. De même, en particulier pour la cardamome, les fluctuations semblent être difficiles à prévoir. Pour ces deux raisons, les informations sur le marché peuvent ne profiter qu'à ceux qui vivent à proximité des bouts de route et qui peuvent vendre leurs produits rapidement. En général, les fluctuations de prix peuvent ne pas être un facteur important dans la prise de décision de vente faite par le ramasseur.

Un réseau d'informations sur le marché ne profiterait qu'aux ramasseurs qui ne dépendent pas d'autres fonctions de commercialisation assurées par les commerçants de village, par exemple, la fourniture de crédit et de main d'oeuvre. Si la viabilité des entreprises des intermédiaires est compromise, la chaîne de commercialisation existante pourrait s'affaiblir pour ceux qui continuent à en dépendre. En conséquence, un réseau d'informations sur le marché ne devrait être exploité qu'à côté d'organisations capables de se substituer à la dépendance antérieure des ramasseurs à l'égard des commerçants de village, par exemple, des coopératives ou des groupes d'utilisateurs de la forêt.

La commercialisation des PFNL dans les collines Koshi est bien établie et compétitive, mais les variations régionales du niveau local de la commercialisation des PFNL sont susceptibles d'être élevées. Les relations entre les commerçants et les ramasseurs peut ne pas être toujours aussi équitable qu'elles le sont dans certaines parties des collines Koshi.

Des coopératives et des systèmes d'information sur le niveau du marché local pourraient être mieux adaptés:

- # aux zones où il y a moins de concurrence et où il existe un commerce récemment ou mal établi;
- # aux zones où les commerçants et même les ramasseurs sont des étrangers, par exemple dans le cadre des opérations de récolte de résine dans la partie extrême orientale;
- # aux produits de peu de volume et de grande valeur, par exemple, les champignons *Morchella*, pour lesquels une vente directe par avion à l'Europe est économique, et
- # aux produits qui peuvent être transformés dans les villages et qui ont des marchés établis, par exemple, l'huile de jatamansi.

Les régions éloignées et à population éparse de la partie extrême orientale du Népal présentent certaines de ces caractéristiques.

La Valeur Ajoutée au Népal

Des investisseurs privés au Népal sont encouragés à développer le secteur des plantes médicinales et aromatiques. D'une manière idéale, le développement devrait inclure une transformation décentralisée avec de petites usines d'extraction et de distillation, des canaux de commercialisation

plus efficaces ainsi que l'utilisation de matières brutes cultivées pour permettre un plus grand contrôle de la qualité et la stabilité de l'approvisionnement—qui sont des exigences importantes pour les extraits de plantes et les huiles essentielles s'ils doivent affronter la concurrence au niveau du marché international (Durbeck et Wildner, 1993a). La voie de l'avenir est, pour le Népal, de produire des extraits ou des huiles pour lesquels il y a un avantage comparatif, par exemple, à partir d'espèces spécifiques à l'Himalaya. Deux produits moins connus ayant un bon potentiel en Europe et aux USA sont les huiles essentielles extraites du *Zanthoxylum armatum* et du *Nardostachys jatamansi* (Durbeck et Wildner, 1993b).

Cependant, la perspective d'une transformation au niveau du village est plus pertinente dans le cadre du développement rural. Une série de petites entreprises pourrait être possible pour les ramasseurs de PFNL, les groupes d'utilisateurs ou les coopératives. En théorie, celles-ci pourraient être basées sur une amélioration du nettoyage, du tri, du séchage, du stockage ou de l'emballage des produits, sur une récolte effectuée plus près de la date de maturité ou sur la collecte de produits ayant de plus fortes proportions d'ingrédients actifs. Contrairement aux petites usines de distillation, ces activités exigent peu d'apports mis à part la main d'oeuvre, assurent un plus grand contrôle au niveau local et moins de chances d'altération des structures du pouvoir au niveau local.

Malheureusement, les marchés indiens des PFNL ont peu d'exigences de qualité sur lesquelles le commerce au Népal pourrait s'établir. Quelques uns des rares exemples où les commerçants font une distinction entre les différentes qualités sont décrites ci-dessus. Ces exemples, et d'autres, peuvent permettre d'identifier des opportunités pour améliorer l'ensemble de la qualité, et le contrôle de la qualité, des matières brutes vendues. Cependant, des efforts supplémentaires sont peu susceptibles d'intéresser les acheteurs indiens sauf à une grande échelle. En travaillant avec les groupes d'usagers et les coopératives, diverses catégories pourraient être vendues en plus grandes quantités. Même alors, les acheteurs éclairés—qui sont prêts à faire la différence entre les catégories—pourraient ne venir qu'avec le développement au Népal d'installations de transformation décentralisées et une commercialisation plus efficace.

Promotion de la Culture

La promotion de la culture sur les terres privées semble être la meilleure voie de progression pour les peuplements menacés et non gérés des herbes de haute altitude. L'autre solution est un aménagement de propriété commune de peuplements sauvages, mais les surfaces considérables sur lesquelles les produits sont ramassés rendraient les restrictions d'accès extrêmement difficiles à mettre en vigueur. La culture pourrait soulager le ramassage dans la nature. Elle pourrait aussi soutenir de petites usines de transformation par l'intermédiaire d'un contrôle de la qualité plus important et par la stabilité de l'approvisionnement.

Cependant, l'encouragement de la culture sur des terres privées sera d'un avantage limité pour les fermiers qui ne peuvent se permettre de posséder les terres, la main d'oeuvre ou le capital nécessaires. La culture peut ne pas réduire le ramassage dans la nature qui peut être poursuivi en parallèle par un secteur différent de la communauté. Avant que les services de vulgarisation n'encouragent la culture des PFNL, les effets possibles de l'augmentation de la production sur les prix des producteurs devraient être compris. À cet égard, la promotion hautement réussie de la culture de la cardamome sur des terres privées dans l'est du Népal est une cause d'inquiétude. Elle peut impliquer un changement à long terme de l'utilisation des terres, et le Népal n'a encore qu'une

faible connaissance de la demande en cardamome et de la flexibilité du marché.

Des informations sur les prix sont disponibles pour les PFNL au Népal pour 1978 et 1981 (Burbage, 1981) et 1993 (données recueillies sur place par l'auteur). La plus grande partie des PFNL vendus au cours de ces 15 dernières années ont maintenu leur valeur approximative en termes réels. Seule, la chiraita présente une importante augmentation de prix au-dessus du taux d'inflation. Bien que les données soient incertaines, cette ligne de recherche indiquera quels produits peuvent être encouragés à long terme avec le moins de risque d'effondrement de la demande, ou de fluctuations de prix qui mettent en péril la viabilité des activités de gestion ou de transformation.

La stabilité apparente des prix de la chiraita à long terme suggère que la recherche sur sa culture serait utile. Aussi, c'est une plante bisannuelle, donc sa culture n'exigerait pas de changement à long terme dans l'utilisation des terres. Cependant, il y a huit autres espèces de *Swertia* couramment utilisées en Inde pour remplacer, ou comme adultérants de, la chiraita (CSIR, 1985). Tous les produits de remplacement ont des propriétés de tonique amer inférieures, mais leur commerce peut néanmoins affecter le marché de la chiraita. Il est évident qu'il existe une énorme quantité d'informations détenues en Inde qui doivent être apprises avant que les bénéfices potentiels du commerce des PFNL au Népal puissent être réalisés.

* * *

REFERENCES

- Burbage**, M B, (1981), *Report on a visit to Nepal: The medicinal plant trade in the KHARDEP area—a study of the development potential*, Tropical Products Institute, ODA, London, 170 pp.
- Carter**, A S and **Gilmour**, D A, (1989), 'Tree cover increases on private farmland in central Nepal', *Mountain Research and Development*, 9(4):381-391.
- CSIR**, (1985), *The wealth of India: A dictionary of Indian materials and industrial products*, (revised edition), Publications and Information Directorate, Council of Scientific and Industrial Research, New Delhi, 16 volumes.
- Daniggelis**, E, (1992), 'Forest resources as an adaptive strategy in Sankhuwasabha, Eastern Nepal', Paper presented at the international conference *The Anthropology of Nepal: People, Problems and Processes*, Kathmandu, 7-14 September 1992.
- Durbeck**, K and **Wildner**, A, (1993b), 'Trade promotion of essential oils from developing countries to the Federal Republic of Germany', in *Business Symposium on Herbs Extracts/Essential Oils*, 22 April 1993, Briefing Report, Nepal-German Chamber of Commerce and Industry, Kathmandu.
- FAO**, (1982), 'Medicinal Plants of Nepal', Report N° RAPA 64, FAO Regional Office for Asia and the Pacific, Bangkok, 26 pp.
- Fürer-Haimendorf**, C von, (1975), *Himalayan Traders*, Time Books International, New Delhi, 316 pp.
- Humphrey**, C, (1992), 'Fair Dealing, Just Rewards: the ethics of barter in north-east Nepal', pp 107-141, in C Humphrey and S Hugh-Jones (eds), *Barter, Exchange and Value: an anthropological approach*, Cambridge University Press, Cambridge, 203 pp.
- Hammett**, A L, (1992a), 'Guidelines for establishing a local level market information system for social forestry products', Report submitted to Community Forestry Unit, FAO, Rome, 24 pp.
- Hammett**, A L, (1992b), 'Development of a local level market information system for social forestry products: A Philippine example', Report submitted to Community Forestry Unit, FAO, Rome.
- HMG/Nepal**, (1988), 'Master Plan for the Forestry Sector, Nepal', Ministry of Forests and Soil Conservation, Kathmandu.
- HMG/Nepal**, (1992), 'Foreign Trade Statistics', Department of Customs, Ministry of Finance, Kathmandu.
- HMG/Nepal**, (1993), 'Forest Act, 1993' (unofficial translation), Ministry of Law, Justice and Parliamentary Affairs, (Nepal Rajapatra), Kathmandu Vol 42, No 55 (E), Magh 5, 2049 January 18, 1993, 27pp.

KMTNC, (1991), 'Environmental Management and Sustainable Development in the Arun Basin, Vol 5: Sustainability and Economic Growth', King Mahendra Trust for Nature Conservation, Kathmandu.

McCracken, J A, **Pretty**, J N and **Conway**, G R, (1988), 'An Introduction to Rapid Rural Appraisal for Agricultural Development', International Institute for Environment and Development, London, 96 pp.

Coordinateur du réseau:	Dr Gill Shepherd
Editeur du présent document:	Dr Mary Hobley
Traducteur:	Edith Bourlon
Secrétaire de rédaction:	Ivana Wilson
Mise en page:	Ivana Wilson
Imprimé par:	Russell Press Ltd, Nottingham sur papier recyclé

Logo du RDFN conçu par Terry Hirst
et utilisé avec l'autorisation de KENGO