

## sous la direction de Alain Labrousse et Alain Wallon

## LA PLANÈTE DES DROGUES

Organisations criminelles, guerres et blanchiment

Selon les estimations, le trafic des drogues dans le monde génère entre 420 et 577 milliards de francs de chiffre d'affaires annuel. Le rôle grandissant que jouent ces fonds dans les processus de démocratisation et de restructuration économique conduit à une explosion des cultures et des trafics en Asie, en Afrique et à l'Est. C'est cette manne, dans laquelle puisent les pouvoirs locaux de toutes sortes, qui alimente les conflits nationalistes, ethniques ou religieux du tiers monde et des pays de l'ancien bloc communiste. Les drogues, enjeu économique, outil de pouvoir, sont dorénavant une donnée des relations internationales.

Révélant le nombre croissant d'institutions (armée, services secrets, dirigeants politiques), voire d'États (Birmanie, Pakistan, Pérou) impliqués dans le trafic de drogues, ce livre en désigne aussi les principaux bénéficiaires. Au-delà de quelques gros trafiquants, les systèmes bancaires des pays riches, le FMI, les grands organismes internationaux sont mis en cause.

L'analyse géostratégique du trafic rend intelligibles les implications financières, politiques et militaires de ce phénomène. La micro-économie de la drogue dissèque les mécanismes régissant le marché dans les pays consommateurs et montre comment cette économie souterraine remplace toute autre forme d'échange social dans les banlieues des grandes villes.

Ouvrage collectif rassemblant les meilleurs spécialistes internationaux, riche d'analyses passionnantes, *La Planète des drogues* dévoile les ressorts et les enjeux géopolitiques des drogues.



Destruction de cocaïne en Colombie, photo M. Naythons / Gamma ISBN : 2.02.020503.3 / Imprimé en France 11.93 La Planète des drogues rassemble les actes du premier colloque international de l'Observatoire géopolitique des drogues qui s'est tenu, avec le concours de l'unité Drogues de la Commission des Communautés européennes, dans le cadre de la Fondation de la Fraternité (Grande Arche de La Défense) les 10, 11 et 12 décembre 1992.

### Ont collaboré à cet ouvrage :

**Samuel Blixen**, journaliste uruguayen, écrivain, spécialiste de la délinquance économique.

**Alan A. Block**, professeur d'administration de la justice à l'université d'Etat de Pennsylvanie.

**Jack A. Blum**, juriste, avocat, conseiller spécial du comité des affaires étrangères du Sénat des Etats-Unis.

**Jean-Claude Buffle**, journaliste suisse, correspondant aux Etats-Unis du *Nouveau Quotidien* de Lausanne, spécialiste de la criminalité économique.

Alvaro Camacho Guizado, sociologue, professeur à l'université nationale de Bogota.

Anne Coppel, sociologue.

Georges Estievenart, chef de l'Unité drogue, secrétariat général de la Commission des Communautés européennes.

Eric Fottorino, journaliste au *Monde*, écrivain, chargé de conférences à l'Institut d'études politiques de Paris.

Charles-Henri de Choiseul-Praslin, avocat, président de l'Observatoire géopolitique des drogues.

Michel Chossudowsky, professeur d'économie à l'université d'Ottawa, consultant de plusieurs organisations internationales : Banque mondiale, PNUD (Nations unies), OIT...

Alexandre Datskevitch, journaliste russe, spécialiste des mafias des républiques de l'ex-Union soviétique.

**Syed Imran Akbar**, journaliste pakistanais, collaborateur de la BBC et d'ABC, spécialiste du trafic des drogues au Pakistan et dans le Croissant d'Or, rapporteur d'Amnesty International pour la région.

Alain Joxe, directeur d'études à l'Ecole des hautes études en sciences sociales, directeur du Groupe de sociologie de la défense de l'EHESS et du CIRPES.

**Dimitri de Kochko**, journaliste, rédacteur en chef de *La Lettre de l'Oural*, publication économique en CEI.

Alain Labrousse, écrivain, journaliste, fondateur et directeur de l'Observatoire géopolitique des drogues.

**Miklos Leva**ï, juriste, vice-doyen de la faculté de droit de Miskolc, expert auprès du ministère hongrois de la Justice.

**Bertil Lintner**, journaliste suédois, écrivain, spécialiste des questions birmanes, collaborateur de la *Far Eastern Economic Review*.

Alfred W. McCoy, professeur d'histoire à l'université du Wisconsin. Rosa del Olmo, docteur en sciences sociales, directrice de l'Institut des sciences pénales et de criminologie, faculté de droit, de l'université centrale du Venezuela.

Roger Rumrill, journaliste péruvien, écrivain, spécialiste de l'Amazonie péruvienne.

**Umberto Santino**, fondateur en 1977 et président du Centre sicilien de documentation, premier centre, en Italie, d'étude sur la mafia et les autres formes de criminalité.

Alain Wallon, journaliste et sociologue, directeur des publications de l'Observatoire géopolitique des drogues. Il a coordonné, avec Alain Labrousse, le choix des textes et leur adaptation pour le présent ouvrage.

Les traductions ont été faites, pour les textes en espagnol, par Jean-François Labouverie et, pour les textes en anglais, par Anne-Lise Hacker.

Charles-Henri de Choiseul-Praslin, avocat, président de l'Observatoire géopolitique des drogues.

Michel Chossudowsky, professeur d'économie à l'université d'Ottawa, consultant de plusieurs organisations internationales : Banque mondiale, PNUD (Nations unies), OIT...

Alexandre Datskevitch, journaliste russe, spécialiste des mafias des républiques de l'ex-Union soviétique.

**Syed Imran Akbar**, journaliste pakistanais, collaborateur de la BBC et d'ABC, spécialiste du trafic des drogues au Pakistan et dans le Croissant d'Or, rapporteur d'Amnesty International pour la région.

Alain Joxe, directeur d'études à l'Ecole des hautes études en sciences sociales, directeur du Groupe de sociologie de la défense de l'EHESS et du CIRPES.

**Dimitri de Kochko**, journaliste, rédacteur en chef de *La Lettre de l'Oural*, publication économique en CEI.

Alain Labrousse, écrivain, journaliste, fondateur et directeur de l'Observatoire géopolitique des drogues.

**Miklos Leva**ï, juriste, vice-doyen de la faculté de droit de Miskolc, expert auprès du ministère hongrois de la Justice.

**Bertil Lintner**, journaliste suédois, écrivain, spécialiste des questions birmanes, collaborateur de la *Far Eastern Economic Review*.

Alfred W. McCoy, professeur d'histoire à l'université du Wisconsin. Rosa del Olmo, docteur en sciences sociales, directrice de l'Institut des sciences pénales et de criminologie, faculté de droit, de l'université centrale du Venezuela.

Roger Rumrill, journaliste péruvien, écrivain, spécialiste de l'Amazonie péruvienne.

**Umberto Santino**, fondateur en 1977 et président du Centre sicilien de documentation, premier centre, en Italie, d'étude sur la mafia et les autres formes de criminalité.

Alain Wallon, journaliste et sociologue, directeur des publications de l'Observatoire géopolitique des drogues. Il a coordonné, avec Alain Labrousse, le choix des textes et leur adaptation pour le présent ouvrage.

Les traductions ont été faites, pour les textes en espagnol, par Jean-François Labouverie et, pour les textes en anglais, par Anne-Lise Hacker. Mama Coca El Dapel de la Coc www.mamacoca org

Introduction	
par Alain Labrousse	9
PREMIÈRE PARTIE	
Organisations criminelles et narco-économies	
strique, nouvelle « élue » des drogues,	
Drogue et sociabilités quotidiennes dans les quartiers, par Anne Coppel	23
	20
La micro-économie de la drogue, par Charles-Henri de Choiseul-Praslin	31
Villa Pujante: une « narcocratie » régionale,	
par Alvaro Camacho Guizado	48
Le blanchiment de l'argent dans les Antilles : Bahamas, Sint Maarten et îles Caïmans,	
par Jack Blum et Alan Block	73
L'argent du crime et les banques suisses,	
par Jean-Claude Buffle	103
Affred McCov	
DEUXIÈME PARTIE	
Marchés de la drogue et conflits en Europe	
La mafia sicilienne et les nouveaux marchés en Europe, par Umberto Santino	123

## 2. L'Amérique latine

L'argent de la drogue et la drogue de l'argent. La banque	
latino-américaine et le narco-trafic, par Samuel Blixen	275
L'Amazonie péruvienne, nouveau Vietnam de la drogue? par Roger Rumrill	291
Drogues et conflits de basse intensité en Amérique latine, par Rosa del Olmo	303
Annexe Les Kachin: une minorité ethnique contre la drogue	337
Table des matières	343

# La micro-économie de la drogue par Charles-Henri de Choiseul-Praslin

Les sommes sont considérables : 300 milliards de dollars par an de chiffre d'affaires pour les pays occidentaux, 80 milliards de profits blanchis par les grandes organisations criminelles. Cette évaluation par le GAFI du produit financier du trafic des drogues interdites, haschisch, héroïne et cocaïne, ne doit pas, par l'importance des moyens financiers dont disposent les organisations criminelles, manquer d'inspirer les plus grandes craintes pour la démocratie.

Un marché d'une telle ampleur, générateur de bénéfices aussi inhabituels, si l'on considère en particulier le rapport entre le premier et le deuxième de ces chiffres, ne peut pas fonctionner d'une façon sommaire. Les acteurs qui prospèrent dans ce marché ne doivent pas leur réussite principalement à la chance ou au cynisme, ni à un manque d'énergie des forces chargées de les réprimer. Dans cette situation très particulière où se trouve plongé le trafiquant de drogues – il doit vendre un produit théoriquement interdit, mais pratiquement très peu touché par la répression, puisque celle-ci ne parvient à intercepter que 5 % à 10 % environ des transactions, la fourchette allant probablement de 40 % sur certains marchés à moins de 1 % sur d'autres –, il existe des méthodes, maintenant très élaborées, pour accumuler richesse et pouvoir.

Comment se comporte l'acteur économique qui veut agir

rationnellement dans ce contexte? La prohibition entraîne pour lui une première conséquence certaine : elle crée un monopole artificiel entre le vendeur et l'acheteur, consommateur final. En effet, le produit étant interdit, l'acheteur ne peut en réalité s'adresser qu'à un seul vendeur. Dans la mesure où il est trop dangereux et aléatoire de se mettre à la recherche d'un autre vendeur, l'acheteur est soumis à cette situation de monopole ponctuel et doit payer un prix maximum.

Cette constatation donne la première raison des prix extrêmement élevés auxquels sont vendues les drogues interdites dans les sociétés occidentales: en moyenne 50 francs le gramme de haschisch (50 000 francs le kilo) et 1 000 francs le gramme d'héroïne (1 million de francs le kilo), c'est-à-dire des prix absolument hors de proportion avec le coût réel de leur production et de leur transport, et tout à fait inimaginables dans le marché légal, même pour les produits de grand luxe.

La prohibition entraîne une deuxième conséquence sur l'équilibre de la transaction entre l'acheteur et le vendeur : le premier n'a aucun moyen de contrôler la qualité du produit qu'il achète, puisqu'il ne peut faire appel ni à un concurrent, ni aux pouvoirs publics quand cette qualité n'est pas assurée. C'est le deuxième avantage que la prohibition actuelle donne au vendeur sur l'acheteur de drogues.

## Dynamiques du marché

Ces deux caractéristiques de la transaction se combinent d'ailleurs parfaitement dans les mains du vendeur : en diminuant la quantité de substance psychotrope dans le produit vendu au consommateur, toujours sous le même nom et au même prix unitaire, il contraint évidemment celui-ci à en acheter davantage pour le même effet et obtient donc des recettes

plus importantes avec la même quantité de haschisch, d'héroïne ou de cocaïne proprement dits, ce qui est réellement vendu sous ce nom n'ayant qu'un rapport très variable avec ces produits.

Mais cette situation ne suffit pas à expliquer l'ampleur et la prospérité du marché des drogues interdites. Une situation de monopole se caractérise en effet, normalement, par des prix plus élevés qu'en situation de concurrence, mais aussi par un petit nombre de transactions, précisément à cause du niveau élevé des prix. Or ce n'est pas ce que l'on observe sur le marché des drogues interdites, caractérisé bien plus souvent par une croissance ou du moins une stabilisation des transactions à un niveau quantitatif étonnamment élevé. Comment ce marché est-il donc dynamisé?

Il l'est notamment par le système du consommateur-vendeur, dont on a bien tort de croire qu'il serait propre au marché de la « drogue » et manifesterait dans celui-ci la psychologie particulière des toxicomanes, éperdument à la recherche de convivialité avec leurs semblables. Le système du consommateur-vendeur est un mode de commercialisation parfaitement connu depuis longtemps dans l'économie légale, où il prospère en particulier dans les produits de ménage américains ou en parfumerie : Tupperware, Amway, etc.

Adroitement utilisé, il permet au vendeur de drogues de profiter au maximum du système prohibitionniste actuel, pour atteindre un maximum de clients par l'intermédiaire de son appareil de commercialisation et grâce à une politique adaptée de prix, de qualité du produit et de gestion des stocks.

Dans ce que l'on peut appeler, sous bénéfice d'un inventaire complet de ses caractéristiques, encore à faire, « l'entreprise clandestine de drogues », telle qu'elle est organisée au plus près de la consommation, il est possible de distinguer schématiquement quatre fonctions assurées par des acteurs différents, en illustrant ces distinctions par les prix les plus couramment pratiqués :

Le trafiquant, uniquement intéressé par le profit maximum. Le produit ne l'intéresse pas ou très peu pour sa consommation personnelle. Il vend, par exemple, le haschisch 20 francs le gramme et dispose de dix revendeurs environ. Il mérite le nom de trafiquant s'il maîtrise convenablement les principales données de sa gestion, à savoir son stock, la qualité du produit, son prix, les activités de son personnel et les besoins de sa clientèle, dans leur ensemble et leurs interactions.

Le revendeur, consommateur occasionnel, désireux de se procurer des revenus réguliers pour compléter les siens, médiocres ou nuls. Il achète 20 francs le produit et le cède environ 35 francs au consommateur-vendeur.

Le consommateur-vendeur, qui se procure ainsi les quantités nécessaires pour sa consommation personnelle, plus celles dont il a besoin pour la financer. Il revend 50 francs le gramme à des amis ou connaissances, soit une dizaine de personnes environ.

Le simple consommateur, qui achète finalement le gramme environ 50 francs.

Plus on descend dans cette échelle, moins les acteurs disposent des éléments, subjectifs et objectifs, nécessaires à un comportement économiquement rationnel.

## La stimulation des prix

Chacun connaît le scénario général : parce que le produit est très cher, le consommateur doit chercher un revenu supplémentaire pour se le procurer. Pour l'inciter à se transformer en vendeur, le prix ne doit pas être trop bas, ce qui rendrait inutile la recherche d'un revenu supplémentaire. Trop élevé, le prix deviendrait dissuasif.

Le principe essentiel de la définition du prix consiste donc à le fixer légèrement au-dessus de ce que le consommateur pense qu'il peut payer : c'est une zone étroite et qui varie presque d'individu à individu, que seul un vendeur connaissant très bien son produit et son acheteur peut déterminer.

C'est là que réside précisément le paradoxe du marché interdit: plus le produit est cher – quoique dans certaines limites –, plus nombreux sont les consommateurs qui, pour pouvoir se le payer, vont devoir se transformer en vendeurs et démarcher de nouvelles cibles. La hausse des prix, dans le but d'être un peu moins provocante, se concrétise souvent par une quantité moindre de produit pour un même prix, technique qui ne peut, à l'évidence, exister que dans un marché clandestin et non sur un marché au grand jour. Ainsi voit-on souvent le morceau de haschisch, pour un prix de 500 francs, passer, dans une ville où la répression s'est accentuée, de 10 à 8 grammes.

Ainsi s'énonce la première règle du mécanisme de base : à l'inverse du secteur légal, où le fournisseur doit toujours baisser ses prix pour rencontrer la demande la plus large, il faut et il suffit dans le secteur interdit de les augmenter régulièrement pour stimuler la demande par l'intermédiaire des consommateurs ainsi amenés à se faire vendeurs.

Le même mécanisme se reproduit avec la qualité du produit : celle-ci n'est pas baissée pour des raisons d'économies simplistes – vendre au consommateur un produit qui a coûté moins cher à fabriquer –, mais pour fournir au consommateur qui va consommer une quantité donnée pour un prix donné, par exemple une barrette de haschisch vendue 100 francs, un produit dont il va constater qu'il lui fait beaucoup moins d'effet. Il va donc, pour obtenir une satisfaction identique de son besoin, devoir en acheter davantage et donc se transformer en vendeur.

La seconde règle est le développement de la première : pour que de nouveaux clients soient démarchés, il faut et il suffit de baisser judicieusement la qualité du produit. En outre, cela

amènera inévitablement un certain nombre de consommateurs déçus par cette baisse de qualité à se tourner vers une drogue plus forte, dont l'arrivée sur le marché sera ainsi programmée et préparée.

Une gestion intelligente des stocks, de façon à créer et amplifier un état de manque à certains moments, permet un pilotage précis de cette politique de commercialisation qui épousera sans problème l'action répressive et s'en servira comme d'un ressort pour se déployer sur tout le territoire, secteur après secteur.

En effet, la répression est, par nature, discontinue et procède par à-coups. Elle détecte un réseau, puis l'enquête s'étend et finit par se terminer par quelques lourdes condamnations.

Pendant qu'elle se déroule, les livraisons se raréfient inévitablement. D'ailleurs ne le font-elles pas suffisamment que la répression fournit le prétexte idéal à l'échelon supérieur pour le faire : une frustration est ainsi créée chez une clientèle qui la supporte déjà mal et chez qui la répression environnante développe une angoisse génératrice d'un besoin accentué du produit. Quand les forces de police iront s'intéresser à un autre secteur, même voisin, il suffira de remettre sur le secteur qu'elles quittent le produit un peu plus cher et de moins bonne qualité – cela compensera probablement le manque à gagner dû au ralentissement de la vente pendant l'enquête -, afin qu'un certain nombre de consommateurs se transforment en dealers pour conquérir les nouveaux marchés indispensables s'ils veulent faire face au coût croissant du produit. Le vendeur trouvera dans cette répression l'excuse dont il a impérativement besoin pour justifier l'augmentation du prix – le produit est devenu plus dangereux à se procurer et plus rare - et la faire admettre par l'acheteur. Ceci est, simplifié, le premier des mécanismes de la micro-économie de la drogue, en période d'expansion caractérisée de la demande sur un marché déjà bien maîtrisé, et sans doute se différenciant le plus de ceux en œuvre dans l'économie légale.

Mais, dans d'autres circonstances, et notamment en période de fléchissement de la demande ou de pénétration sur un nouveau marché, l'entreprise clandestine de « drogue » appliquera souvent simplement les méthodes du secteur légal : les prix d'appel pour convaincre un nouveau client d'essayer le produit – voire même sa gratuité complète –, les ventes avec primes ou les ventes à crédit, une fois le client intéressé au produit, ainsi que la méthode consistant à remettre du produit en dépôt à son débiteur en difficultés, à charge pour lui de le vendre pour résoudre celles-ci, cette dernière méthode supposant évidemment la faculté pour le vendeur-déposant de pouvoir dissuader par la menace physique le dépositaire de ne pas le rembourser.

La manipulation constante des prix et des conditions de crédit, rendue possible par le mélange d'interdiction théoriquement absolue et de grande liberté pratique pour le vendeur qui caractérise aujourd'hui l'économie de la « drogue », permet de pousser à ses dernières extrémités ce type de politique commerciale et financière couramment pratiqué dans le secteur légal : la solvabilisation de la demande doit déboucher sur la fidélisation de la clientèle, grâce à des systèmes de crédit de plus en plus complexes, visant à mettre le consommateur en position perpétuelle de débiteur. Dans le marché interdit, pour accentuer cet effet de dépendance et d'assujettissement du consommateur, le vendeur va perpétuellement changer le calendrier de financement en fonction de la situation de chaque acheteur à un moment donné, ce qui est impossible dans l'économie légale, où les organismes de crédit doivent s'en tenir aux contrats signés avec le client, précisément pour éviter que le client ne soit trop dépendant de son fournisseur.

Au lieu donc de s'étaler sur des périodes assez longues, sur plusieurs mois ou années, ces variations vont se faire d'une façon extrêmement rapide et brutale, grâce à la liberté donnée au vendeur par la prohibition. Terry Williams le raconte dans

son livre *Cocaïne Kids* (Gallimard, 1990, p. 95), à propos des systèmes de crédit dans les *coke houses* à New York, enquête menée vers la fin des années 1980 :

« On vend des gros *twenty* (des paquets à 20 dollars) pendant trois semaines pour attirer la clientèle, puis, pendant deux semaines, on vend à 20 dollars les paquets à 40 dollars, parce qu'on sait que les gens vont en parler. Ensuite, on arrête la vente des 20, on passe aux 30. Après, on vend 7 lignes pour 70 dollars pendant trois ou quatre semaines, puis on revient à 5 lignes pour le même prix. Enfin, on arrête parce qu'on a tous les clients qu'il nous faut. »

#### L'inélasticité de la demande

Les deux méthodes exposées ci-dessus, celle consistant à jouer du système du consommateur-vendeur pendant et surtout après les poursuites judiciaires et celle consistant à mettre au point des systèmes de prix et de crédit très complexes, sont à coup sûr différentes. La première implique une augmentation de prix assez lente et progressive, l'autre au contraire repose sur des variations très importantes dans un délai bref. Elles correspondent sans doute à des étapes différentes dans l'évolution du marché.

La première est efficace dans un marché à ses débuts, où les forces répressives peuvent encore intervenir avec une certaine efficacité sur un réseau précis mais sans pouvoir maintenir cette pression en permanence, puisqu'elles sont appelées rapidement ailleurs. C'est aussi un marché où le consommateur n'est pas très accroché et où il faut le manipuler avec une certaine douceur, sinon il fuirait devant des hausses de prix ou des baisses de qualité trop violentes. C'est le cas, en gros, de la plupart des marchés européens.

La seconde méthode est davantage en œuvre dans un marché parvenu à un stade peut-être ultime d'évolution, du type des grandes villes nord-américaines. L'ampleur de la consommation et les conditions de vie extrêmement marginalisées et détériorées des consommateurs font que les institutions répressives ne peuvent plus faire grand-chose et que les toxicomanes sont dans un état de dépendance beaucoup plus avancé, si bien qu'ils supportent des méthodes tout à fait drastiques à leur égard de la part des vendeurs.

Cependant, il ne faudrait pas croire que la caractéristique généralement reconnue au produit, à savoir la dépendance physiologique qu'il entraîne, ou entraînerait, est sans effet ou sans importance. Cette dépendance est une condition indispensable pour que le marché fonctionne tel qu'il a été décrit, c'est-à-dire sans que l'augmentation des prix ne conduise les consommateurs à se détacher du produit. C'est, on l'a souvent souligné, ce que les économistes appellent la courbe inélastique de la demande, c'est-à-dire le fait qu'à court et même à moyen terme le niveau de la demande n'est pas fonction du prix. La demande ne baisse pas quand le prix augmente, comme elle devrait le faire dans la théorie toute pure de l'offre et de la demande. A l'inverse d'ailleurs, cette inélasticité a également pour conséquence que la demande ne croît pas d'une façon proportionnelle quand le prix baisse, ou peut même ne pas croître du tout.

En général, la demande d'un produit est « inélastique » aux prix quand le produit est à la fois indispensable au consommateur et que celui-ci ne peut pas se procurer un produit de substitution. Ce fut le cas du pétrole, qui a supporté des hausses de prix très fortes sans véritable diminution correspondante de la demande et dont une baisse du prix, même importante, n'augmente pas sensiblement la demande.

La dépendance physiologique qu'entraîne la plupart des drogues est évidemment une des causes de cette très forte inélasticité de la demande. Même si on la considère comme

une condition nécessaire pour le fonctionnement de ce marché – ce qui est discutable, car des marchés très prospères semblent exister sans elle, comme celui du haschisch récréatif –, elle est incapable d'expliquer à elle seule la remarquable capacité de ce marché à se développer malgré les efforts des autorités pour l'étouffer.

Du point de vue uniquement économique, l'inélasticité de la demande par rapport au prix est tout sauf un phénomène simple. Elle peut paradoxalement apparaître avec la hausse du prix d'un produit de toute première nécessité, quand cette hausse n'entraîne plus une baisse de la demande, mais son augmentation. Le prix du pain entraîne une conséquence de ce type: s'il augmente beaucoup et très brutalement, les consommateurs diminuent leurs achats d'autres produits alimentaires pour pouvoir continuer à s'en procurer. Mais, ne mangeant guère plus que cela, ils en achètent davantage. Le renchérissement du pain a ainsi provoqué une augmentation de la demande devenue inélastique au-delà d'un certain niveau de prix.

Ce mécanisme joue probablement quand le consommateur est parvenu à un certain degré de dépendance à une drogue dite dure. Là encore, nous acceptons, mais sous réserve d'inventaire, la distinction entre drogues douces et dures. Si le prix de l'héroïne augmente, le toxicomane accroché à celle-ci va diminuer ses dépenses alimentaires ou autres, de loisirs par exemple, et son besoin d'héroïne, qui devient un coupe-faim et une distraction au sens pascalien du terme, va augmenter. Cette inélasticité-là ne doit rien aux conséquences physiologiques du produit.

Cependant, ces mécanismes de base rencontrent leurs limites quand les prix ont trop augmenté et que la qualité a trop baissé: la règle de l'inélasticité risque alors de ne plus jouer et les consommateurs peuvent se mettre à chercher un produit de substitution. Mais cela est le propre de tout mécanisme multiplicateur, comme on le sait depuis Keynes et les poli-

tiques qui s'en sont inspirées : il ne joue que lorsque certaines conditions sont réunies, et une politique consciente, réfléchie, en tient le plus grand compte. Le même raisonnement conduit, lorsque ces conditions ne sont pas réunies, à ne pas essayer de le faire jouer, ou, même, à recréer ces conditions en le laissant jouer à l'envers.

Dans le cas du marché interdit, pour que la répression joue son rôle multiplicateur, il faut qu'il existe une demande potentielle immédiatement solvable. Cette dernière condition implique que le prix n'ait pas atteint des niveaux trop hauts ou, ce qui revient au même, que la qualité n'ait pas trop baissé, faute de quoi la hausse des prix et la baisse de la qualité pourraient finir par dégoûter les consommateurs. L'expérience prouve, cependant, que l'inélasticité de la demande aux prix reste très forte, c'est-à-dire que la demande ne cesse de croître.

Ainsi, dans les périodes calmes ou dans les périodes de surproduction, comme celle de la cocaïne en 1986, le trafiquant baissera sans doute ses prix : cette baisse lui permettra de regagner les clients devenus hésitants à cause des hausses précédentes. En fin de compte, en repartant avec des prix plus bas et une meilleure qualité, il s'ouvre à moyen terme la possiblité de remettre en marche le mécanisme de base pour stimuler la demande, si elle croît à nouveau, par une hausse des prix, une baisse de la qualité et le recrutement qui s'ensuit de nouveaux vendeurs parmi les consommateurs...

Les trafiquants peuvent ainsi avoir une politique adaptée à la conjoncture et, s'appuyant sur celle-ci, jouer des périodes de stagnation pour préparer les périodes d'expansion. Ce système est proche des politiques de *stop and go* bien connues dans les politiques keynésiennes de pilotage de l'activité économique par les investissements publics et la politique du crédit, pour alterner phases d'expansion avec risque de surchauffe et phases de stabilisation avec risque de dépression. C'est sans doute la raison pour laquelle une crise de surproduction, comme celle de la cocaïne, si elle est affrontée intelligemment,

fait beaucoup moins de dégâts et permet de relancer le marché beaucoup mieux et plus vite que dans le marché légal.

## L'approche stratégique : la guerre, le jeu

C'est ainsi que les trafiquants les plus avisés peuvent prospérer, la répression se chargeant d'éliminer les moins capables, mais aussi ceux qui finissent par atteindre une position de monopole général sur le marché, attirant de la sorte le regard de tous par leur excès de puissance et de richesse et mettant les pouvoirs publics légaux en mesure et dans l'obligation de les éliminer. Mais faire disparaître les « canards boiteux » et les monopoles n'a jamais fait que dynamiser les marchés en suscitant des entreprises toujours plus efficaces. En ce sens, on peut dire que le système prohibitionniste actuel recrée au niveau global les effets bénéfiques de la concurrence, après l'avoir éliminée uniquement au niveau de la transaction finale pour le seul profit des vendeurs.

Ces quelques réflexions, destinées évidemment à être développées et confrontées à la réalité, amènent à proposer une hypothèse pour caractériser l'économie de la drogue : celleci pourrait se définir comme une économie hyper-libérale « inversée », où joueraient, mutatis mutandis, des mécanismes très semblables à ceux de l'économie légale. Cette apparente symétrie me semble, cependant, tout à fait réductrice si l'on s'en contente, et l'on se priverait d'instruments d'analyse si l'on s'en tenait uniquement à cette problématique pour comprendre le marché de la drogue. En effet, une question est inévitable : le calcul fait par l'agent économique pour arriver à ses fins dans ce type de marché reste-t-il de même nature que le calcul de celui qui agit dans le marché soumis à des normes légales ? Le premier calcul consiste-t-il uniquement à prendre dans certaines circonstances le contrepied du second? La transparence et le respect de l'autre que les normes du marché légal s'efforcent de promouvoir et de sauvegarder sont-elles purement antinomiques du marché interdit, opaque et brutal? Doit-on au contraire penser que le marché de la drogue, loin d'être seulement le négatif du marché légal, est d'une nature différente?

Je crois que la question mérite d'être posée. En effet, si la réponse est affirmative, il faut craindre que le marché de la drogue soit en mesure non seulement de supplanter toute économie légale dans son secteur propre – les produits psychotropes aujourd'hui interdits –, mais encore de modifier dans leur généralité bien des secteurs qui resteraient, en surface au moins, partie prenante de cette économie, et d'imposer, au cours de la confrontation à laquelle nous assistons, de nouvelles logiques bien au-delà de son périmètre apparent.

Des éléments de réponse me paraissent pouvoir être dégagés à partir des analyses de Christian Schmitt dans son livre *Penser la guerre*, *penser l'économie* (Editions Odile Jacob, 1991). Celui-ci voit à la base du calcul économique un principe général engendrant une action de guerre lorsqu'il s'exerce sans ou contre le consentement des autres, de paix lorsqu'il s'exerce avec leur consentement. Cette opposition capitale entre le calcul que l'on peut appeler économique, tel qu'on peut le trouver dans l'économie légale régulée par le droit, et le calcul de type militaire, stratégique, permet de poser la question dans les termes suivants : la micro-économie de la drogue ne serait-elle pas une forme particulière de calcul stratégique adaptée et appliquée à un commerce particulier, celui des produits psychotropes interdits, mais aussi, alors, adaptable et applicable à bien d'autres?

Christian Schmitt, qui met en avant cette opposition, s'appuie beaucoup sur les distinctions essentielles introduites par la théorie des jeux. Celle qui a été opérée entre la classe des jeux à somme nulle et la classe des jeux à somme non nulle est une

des plus importantes. Tandis que la majorité des activités économiques correspondent effectivement à des jeux à somme non nulle et positive, il n'en va pas de même pour la guerre, où il s'agit en définitive le plus souvent de jeux à somme nulle ou négative. La micro-économie de la drogue correspondrait à un jeu joué principalement comme les jeux de guerre, tout en ayant une somme non nulle et positive, au moins pour la majorité des acteurs.

Il existe, en théorie des jeux, une seconde distinction importante, entre les jeux coopératifs et les jeux non coopératifs. On observera que, pour parvenir à un accord, les acteurs du jeu doivent disposer d'une information suffisante, sans laquelle toute entente est rigoureusement impossible. Il reste que cette raison subjective qui tient aux intentions des acteurs peut, selon les cas, se combiner ou ne pas se combiner avec une raison objective relevant de la structure de l'information détenue par les joueurs, qui rend toute négociation impossible. Or, dans la micro-économie de la drogue, l'information dont chacun des joueurs dispose sur les autres est évidemment tout à fait particulière et totalement déséquilibrée au détriment des consommateurs.

C'est précisément en raison de ces propriétés que l'on est tenté de classer les opérations économiques sous la rubrique des jeux coopératifs. D'un autre côté, ce que l'on appelle communément le libre jeu de la concurrence bannit, en théorie, toute entente et pose, par conséquent, le principe de la non-coopération entre les compétiteurs. On peut soutenir d'une façon très schématique que les agents économiques cherchent le plus souvent des solutions coopératives à des jeux qui ne le sont pas nécessairement. Les actions militaires, au contraire, ont souvent recours à des emprunts coopératifs, comme dans les stratégies de dissuasion nucléaire, dans leur recherche de solutions essentiellement non coopératives.

Une des différences essentielles entre le jeu économique légal et le jeu du trafiquant de drogue tient alors dans l'inver-

sion des méthodes coopératives et non coopératives : dans le calcul économique pur et légal, la relation entre le vendeur et l'acheteur se joue d'une manière coopérative, chacun cherchant l'accord avec l'autre, et notamment le vendeur, quand il a l'initiative — position qu'il recherche de plus en plus dans l'économie actuelle —, dans le but d'obtenir de l'acheteur un avantage en termes de richesse et non de pouvoir ; dans le rapport de concurrence entre vendeurs, on assiste plutôt à un jeu non coopératif où c'est l'élimination de l'autre qui est recherchée ou le fait de le dissuader d'entrer dans la compétition, attitude typique du raisonnement stratégique.

Au contraire, dans le comportement du trafiquant de drogues, le jeu du vendeur avec l'acheteur se pose en termes d'assujettissement le plus complet possible du second au premier, c'est-à-dire une solution assimilable à l'élimination du second, en tout cas la recherche d'un avantage en termes de pouvoir et non de richesse – même si le pouvoir donne la richesse grâce à un prix de vente poussé au maximum –, où ce n'est pas du tout l'accord qui est recherché. Symétriquement, la relation avec le concurrent se joue plutôt sur le mode coopératif, l'accord étant recherché plutôt que l'élimination de l'autre. Cette thèse va sans doute à l'encontre des idées reçues, puisque l'on croit trouver beaucoup plus de violences dans les rapports entre trafiquants – règlements de compte sanglants et répétés – que dans les rapports vendeur-consommateur de « drogue ». Mais ceci n'est qu'une apparence.

#### Violence et soumission

En effet, la violence est beaucoup plus forte dans les rapports vendeurs-consommateurs que dans les rapports de concurrence entre vendeurs, et ceci pour deux raisons : la vio-

lence est constitutive de la première relation, car le vendeur impose à l'acheteur un prix de vente d'un niveau élevé jusqu'à l'absurde, auquel celui-ci ne consent d'aucune façon mais qu'il subit totalement. En outre, l'acheteur est soumis non aux violences ponctuelles et quelque peu hasardeuses, aussi spectaculaires qu'elles puissent être, dont le vendeur peut user contre lui, mais à la violence absolument continue et infiniment plus forte que la société exerce sur lui du fait de la prohibition. Cette violence revient pratiquement à lui interdire non de consommer, ce dont la société est bien incapable aujourd'hui et sans doute définitivement, mais de se révolter contre le vendeur. Symétriquement, les violences spectaculaires qui apparaissent lors de certaines situations de concurrence entre vendeurs ne sont finalement qu'un moyen de conclure un nouvel accord sur la base évidemment d'un rapport de forces modifié: la violence est alors mise en œuvre pour intimider et non pour éliminer, pour faire passer un message et non pour faire place nette, pour être reçue en priorité par les spectateurs et non par la victime. En tout cas, le jeu ne peut se jouer que comme cela, et les joueurs qui oublieraient cette règle et joueraient pour éliminer les concurrents et non pour passer simplement de nouveaux accords plus fructueux avec ceux-ci verraient tôt au tard leurs projets voués à l'échec, tandis que les plus intelligents des trafiquants sont probablement ceux qui savent qu'une guerre doit toujours se terminer par un accord du type économique, où le vaincu ne perd pas tout.

La violence serait alors continue et constitutive du rapport vendeur-consommateur, qui serait un jeu non coopératif, tandis qu'elle serait discontinue et régulatrice dans le rapport de trafiquant à trafiquant, qui serait un jeu coopératif. Cette analyse peut être confirmée par l'observation faite par Anne Coppel dans une cité de la banlieue parisienne où les trafiquants ont pris en main pour leurs affaires une barre d'immeubles; tous les jeunes trafiquants sont armés en permanence. Non pour régler leurs problèmes entre eux, comme on pourrait le

croire, mais d'abord et avant tout pour se défendre contre les consommateurs : toxicomanes qui savent qu'ils ont toujours sur eux d'importantes quantités de drogues, ou éléments extérieurs à leur marché, petits braqueurs de type traditionnel à la recherche de personnes à dépouiller. Ce serait donc bien la violence entre vendeurs et consommateurs qui serait première, même si, bien entendu, le climat général et le fait de porter en permanence une arme sur soi incitent certains vendeurs à régler leurs problèmes à coups de fusil.

D'ailleurs, la haine ou le mépris réciproques sont probablement infiniment plus grands entre trafiquants et consommateurs de drogues qu'entre trafiquants, l'institution du consommateur-vendeur permettant au trafiquant d'éviter un face-à-face direct avec le consommateur, dont il ne sortirait sans doute pas si facilement vainqueur si c'était là l'unique mode de leurs relations.

Le fait que raison économique et raison stratégique aient pu apparaître, en définitive, irréductibles l'une à l'autre ne signifie ni qu'elles sont mutuellement étrangères, ni que leur utilisation est mutuellement exclusive. La micro-économie de la drogue pourrait au contraire démontrer que la raison stratégique peut, dans certaines conditions, s'appliquer à l'économie avec une efficacité à proprement parler « terrifiante ».